المنظور الإستراتيجي
للإعلام الدعوي



" محمد زايد " أبو رجب التميمي



بسم اللـه الرحمن الرحيم

المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي

المنظور الإستراتيجي

للإعلام الدعوي

"محمد زايد" أبو رجب التميمي

الطبعة الأولى

2018م



دار امجد للنشر والتوزيع

المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(2017/11/5898)

215.3

التميمي ، "محمد زايد" أبو رجب

المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي/ "محمد زايد" أبو رجب التميمي.-
عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع،2017.

( ) ص

ر.إ: 2017/11/5898

الواصفات: الاعلام الاسلامي// الاسلام

ردمك : ISBN:978-9957-99-676-5


facebook





عمان الأردن وسط البلد مجمع الفحيص الطابق الثالث

Tel: +9624652272 Mob: +962796914632
Fax: +9624653372 +962799291702
+962796803670

dar.amjad2014db@yahoo.com dar.almajd@hotmail.com

بسم اللـه الرحمن الرحيم

(يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا {45/33}

وَدَاعِيًا إِلَى اللـهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُّنِيرًا) [1]

---

1. سورة الاحزاب ،آية 45-46.

فهرس الموضوعات

المستخلص 11

المقدمة.. 15

هدف البحث:.. 16

أهمية البحث:.. 17

مشكلة البحث:.. 17

منهج البحث:.. 18

مصطلحات البحث اصطلاحاً: 18

مصادر جمع المعلومات: 19

مجتمع البحث: 20

عينة البحث:.. 20

فرضيات البحث:.. 20

أسئلة البحث المحورية والفرعية:.. 21

الدراسات السابقة:.. 22

تنظيم البحث:.. 30

الفصل الأول

المفهوم العام للإعلام والاتصال 31

المبحث الأول: تعريف الإعلام والاتصال لغةً واصطلاحاً 33

المبحث الثاني: مقومات البرنامج الإسلامي في التلفزيون الأردني 45

المبحث الثالث: الضوابط الشرعية في استخدام شبكة المعلومات العالمية.. 61

المبحث الرابع: وظائف الإعلام الإسلامي وأهدافه 75

الفصل الثاني

حـــاضــر الإعـلام الـدعـوي 95

المبحث الأول: المفهوم العام للدعوة والداعية 97

المبحث الثاني: وسائل وأساليب الدعوة.. 112

المبحث الثالث: الداعية الإستراتيجي أخلاقه وصفاته 121

المبحث الرابع: الضوابط المشروعة للوسائل الدعوية 133

الفصل الثالث

الإعلام الدعوي مفهوم الإدارة الاستراتيجية للتطور الإعلامي الدعوي............... 139

المبحث الأول: محاور استراتيجية التطور الإعلامي الدعوي......................... 141

المبحث الثاني: الإعلام الدعوي وقطاع العاملين بالأوقاف 154

المبحث الثالث: خطط المسار الاستراتيجي للإعلام الدعوي 168

المبحث الرابع: مفهوم التخطيط الإستراتيجي للإعلام الدعوي وخصائصه............. 182

الفصل الرابع

التخطيط الاستراتيجي للإعلام الدعويمحاوره – ومقوماته – ومعوقاته.................. 195

المبحث الأول: أهمية التخطيط الإستراتيجي الإسلامي، والإعلام الدعوي المرئي، المقروء، المكتوب 197

المبحث الثاني:الصراع الإستراتيجي والعقبات التي تواجه نجاح الدعوة والدعاة الإعلاميين الإسلاميين......... 209

المبحث الثالث: محاور إستراتيجية الإعلام الدعوي 223

المبحث الرابع: مقومات ومعوقات التخطيط الإستراتيجي للإعلام الدعوي في الأردن............ 243

الخاتمة.. 257

المـلاَحِـقّ 261

قائمة المراجع والمصادر 271

اهـداء

إلى زوجتي الغالية والتي أشركتني من وقتها الكثير خلال دراستي وبحثي ووقوفها معي خاصة في تخريج الأحاديث النبوية،

إلى أبنائي الأعزاء الذين أشركوني وقتهم وجهدهم،

إلى كل باحث يطلب العلم والحقيقة والدعوة إلى اللـه،

إلى قدس الأقداس فلسطين ، وإلى أردننا الحبيب،

إلى المجاهدين الصابرين المرابطين على الثغور،

أُهدي جهدي هذا لهم بكل تقدير وتواضع .

شكـر وعــرفــان

الحمد لـلـه الذي بنعمته تتم الصالحات وترفع الدرجات ويؤت كل ذي فضـل فضـله لايسعني في هذا المقام بأن أتقـدم بخـالص الشـكر والتقـدير لأسـتاذي الـدكتور نـوح عبدالرؤوف حامد التكينه حفظه الـلـه ورعاه والذي أشرف على رسالتي ومنحني من وقته الكثير في المتابعة والتوجيه والنصح والإرشاد وحتى ترى النور.

آملاً من الـلـه عز وجل أن يجعل ذلك في ميزان حسناته.

والشكر الجزيل المتواصل للأساتذ الكرام والذين تفضلوا بتشريفـي للمناقشـة ومـنهم الأستاذ الفاضل محمـد بـن الهـادي العرمـابي, العميـد الأسـبق لكليـة الـدعوة لكليـة الدعوة في الجامعة الإسلامية, وعضو هيئة علماء السـودان, وعضـو المجمـع الفقهـي, والذي وافق مشكوراً في لجنة المناقشة.

ويمتـد شـكري وتقـديري للأسـتاذ الـدكتور هاشـم البـدري, الأسـتاذ بأكاديميـة الأمـن العلياحفظكم الـلـه جميعاً ورعاكم.

والشكر والتقدير لجامعة أم درمان الإسلامية ولمعهد البحوث والدراسات الإستراتيجية وموظفيه وكل من مد لي يد العون والشكر لـلـه من قبل ومن بعد.

وآخر دعوانا أن الحمد لـلـه رب العالمين وصلى الـلـه وسلم عـلى نبينـا محمـد وعـلى آله وصحبه وسلم.

المستخلص

يأتي هذا البحث تحت عنوان المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي بالأردن، حيث يقوم هذا البحث على رؤية أنّ إستراتيجية الإعلام الدعوي لها أكثر من هدف فهي تربوية ودعوة إعلامية ،لذا فإن فيها البعد الإعلامي الدعوي الذي يركز على الاهتمام بوسائل وأساليب ومنهجية الدعوة عبر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمحاضرات، والندوات، وخطب الجمعة والمواعظ، والمناسبات الدينية، ورحلات الدعاة الموجهة إلى الجمهور بكافة فئاته، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي والتاريخي في إعداد البحث اعتماداً على تخطيطات وإجراءات منافسة لإستراتيجية الغرب في كافة المجالات، والعمل على توفير أجهزة إعلامية متطورة بتقنيات متخصصة لنقل المعلومات بدقة، وبالصورة الصحيحة للإسلام لمواجهة الحملات الإعلامية الغربية المضلِلة، لإيجاد عمل مشترك يحمي ويخدم الأمة العربية الإسلامية، ويخدم ثوراتها التحررية من الانهيار، ويحصنها من الضياع في ضوء مواثيق الشرف الإعلامي والتي تحدثت عنه المؤتمرات الإسلامية للإعلام في عدة عواصم عربية وإسلامية.

ويخلص البحث إلى نتائج تهدف إلى تطوير استراتيجية الإعلام الدعوي حتى يرقى إلى المستوى المطلوب وضعف وسائل الإعلام الدعوي يعود لضعف التمويل، كما أن تبعية الإعلام المعاصر للإعلام الصهيوأمريكي ووسائل الإعلام الغربي وتسييس الإعلام وتسخيره لخدمة الأغراض السياسية والحزبية أفقده القدرة على الحرية

والإبداع والتطور وعدم وجود استراتيجية إعلامية دعوية ترقى إلى المستوى المطلـوب في إعداد البرامج على أسس علمية منهجية دينية.

كما ويخلص البحث إلى توصيات ومنها العمل على تدريب كوادر من الإعلاميين الدعويين تدريباً عاليا من قبل دعاة إعلاميين وعلماء ومفكرين تدافع عن الأمة وما يحاك لها من مؤامرات على ثقافته وإعلامه وثرواته، وذلك من خلال دعم وتمويل الدعاة الإعلاميين، ووضع حوافز تشجيعية ليتم النهوض بالدعوة والإعلام لنشر الوعي والثقافة من خلال وضع استراتيجية إعلامية دعوية ليتم التواصل مع الجمهور بكل الوسائل الحديثة ليتعرفوا على سماحة الإسلام ووسطيته، كما تناول البحث استراتيجية الإعلام، والمفهوم العام للاتصال وحاضر الإعلام الدعوي واستراتيجية تطور الإعلام الدعوي، والتخطيط الاستراتيجي للإعلام الدعوي من حيث المحاور والمقومات والمعوقات.

Abstarct:

This research addresses the issue of the strategic perspective of the Jordanian media advocacy. The main idea of this research is based on the social-media-strategy which has many educational and advertising objectives. The media advocacy focuses on the methodology of 'Islamic call' through audio-visual and written media, social networking, lectures, seminars, Friday sermons and homilies, religious events, and preachers' trips which address different levels of people. The researcher has employed the descriptive and historical approach to prepare his research design taking into consideration important points such as competitive procedures and strategies against the west in all fields as well as providing advanced media devices in transferring information accurately and the right concept of Islam as to face western deceptive media campaigns. Consequently, we can find a common framework that protects and serves the Arab and Islamic nation in addition to their liberal revolutions. Moreover, the common framework can also secure the Islamic nation from loss in light of the charters of the media honor, which Islamic conferences talked extensively about it to the media in several Arab and Islamic capitals.

The findings of this research aim to develop advocacy media strategy as to reach the desired level. The findings indicate that the weakness of advocacy media means is due to lack of funding. Besides, the contemporary media dependency to the US-Zionist media, the western media means, the politicization of media to serve the political and part purposes have all influenced the Jordanian advocacy media in terms of freedom, creativity, innovations and lack of religious media advocacy strategies.

Furthermore, the research has come up with some fruitful recommendations. First, training a group of TV and radio presenters by Islamic preachers and intellectual scholars is highly needed. This can be only done by supporting preachers

financially along with providing them motivational incentives as to spread awareness and culture among people. Accordingly, establishing a god strategy advocacy media is very much needed in order to make a good communication with people using all kinds of modern media, giving them the opportunity to know the tolerance and moderation of Islam. Finally, this research talked about media strategy, the common concept of communication, the present media advocacy, the strategic developmental advocacy media, the strategic planning of advocacy media in terms of themes, elements and constraints

المقدمة

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره ونستهديه ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا ،من يهده الله فهو المهتد ومن يضلل فلا هادي له وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له وأشهد أن سيدنا محمد الهادي البشير المبلغ عن ربه القائل (لا تكتبوا عني ومن كتب عني غير القرآن فليمحه وحدثوا عني ولا حرج ومن كذب عليّ متعمداً فليتبوأ مقعده من النار). [1]

تناولت هذه الدراسة المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي الأردن وذلك لحاجة العالمين العربي والإسلامي للأخذ بيدها لبناء إستراتيجية بناءة صالحة لكل الأجيال على المستوى المحلي والإقليمي والدولي كي ترقى بعقيدتها وفكرها وثقافتها على المدى البعيد اعتماداً على تخطيطات وإجراءات منافسة لإستراتيجية الغرب في كافة المجالات والعمل على تطوير بنية إعلامية متطورة بتقنيات مختصة بنقل المعلومات بدقة وفضح الانتهاكات الصهيوأمريكي والغرب لواقع المسلمين والاستخفاف بهم .

فصراع العالم صراع حقيقي وأول ضحاياه هم المسلمون خاصة والعرب عامة ،وليست مصادفة أن تقع مناطق النزاع في العالم اليوم في الدول المسلمة،فلسطين ،أفغانستان، العراق ،دارفور السودانية ،سوريا ،مصر وغيرها من الدول التي تعاني لما يخطط لها من قبل العالم لإسقاطها وإيجاد خلل بداخلها .

1 . الامام ابو الحسين مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري النيسابوري : الجامع الصحيح المسمى صحيح مسلم ، كتاب: الزهد والرقائق ، باب : التثبت في الحديث وحكم كتابة العلم ، م4 ، ج8 ، ص 229 .

ولعل صراع الحضارات الذي جعل من الإعـلام مصـدراً لمعرفـة مـا يـدور في فلـك الدول العربية والإسلامية ،فمن هنا انطلقت أهمية الإعلام الدعوي وإسـتراتيجياته في إعـداد الخطـط الكفيلـة لبـث روح فهـم العقيـدة الإسـلامية بـدل الإعـلام الزائـف والصهيوأمريكي لإيقاف الزحف الباطل ضد الإسلام والمسلمين.

هدف البحث:

دراسة المنظـور الإسـتراتيجي للإعـلام الـدعوي بدولـة الأردن وهـذا يسـتدعي دراسـة الأهداف التالية :

العمل على ايجاد دراسة إستراتيجية بنّاءة تتصدى للإعلام الغربيي .

تطوير الإعلام وبيان حقيقة الإسـلام مـن خـلال إسـتراتيجية بنّـاءة تهـدف إلى توعيـة المجتمع بكل اللغات .

التعرف على واقع الإعلام الدعوي بدولة الأردن وربطـه بضـوابط الشريعـة الإسـلامية وذلك من خلال إستراتيجية دعوية إسلامية .

التعرف على المشاكل التي يعاني منها الأفراد في المجتمع الإسـلامي الاردني وحلهـا عـبر وسائل الإعلام المختلفة بوضع إستراتيجية لعلماء الأمة ودعاتهـا مـن خـلال المـؤتمرات والندوات ،الخطب ، المواعظ، الفضائيات، شبكات التواصل الاجتماعي، اللقاءات عـلى خشبة المسرح الحر.

أهمية البحث:

للبحث أهمية كبرى تبدو في الآتي :

أولاً : للإعلام أهمية في رصد استخدام التخطيط والبحث العلمي في المؤسسات الإعلامية والدعوية لإيصال رسالة الإسلام ،وهذا يقتضي المزيد من الجهد والعمل على توظيفه في تبليغ رسالة الإسلام .

ثانياً : للإعلام دور مؤثر وخطير في استقطاب الرأي العام في كل القضايا المحورية وتبدو أهميته في ضرورة إرساء قيمه وقواعده وضبط أساليبه .

ثالثاً : يستخدم الإعلام في العصر الحديث في بث ونشر الأفكار الهدامة وسلخ الناس عن دينهم وقيمهم وتقاليدهم ،وبالتالي فإن الأهمية تبدو في ضرورة الوقوف والتصدي للإعلام الغربي ومفاسده.

رابعاً : أصبح الإعلام يسمى السلطة الرابعة لمقدرته وسطوته على المجتمعات وتأثيره في بث رسالة الإعلام الدعوي ،ومن هنا تتعاظم الأهمية بدور الإعلام الدعوي الإسلامي .

مشكلة البحث:

تتلخص الإشكالية المعرفية للبحث في بحث ودراسة بيئة ومعوقات الإعلام الدعوي وتقديم رؤية إستراتيجية ترتقي بالإعلام الدعوي في مجالاته المختلفة بالأردن، يطرح الباحث منظومة من الأسئلة حول ضعف الإعلام الدعوي الإسلامي بطرح السؤال الرئيس التالي :

ما هو المنظور الاستراتيجي للإعلام الدعوي بالاردن وتتفرع منه الأسئله التالية :

ما هو المفهوم العام للإعلام و الاتصال ؟

ما هو واقع الإعلام الدعوي ؟

ما هي استراتيجية الإعلام الدعوي ؟

ما هي الرؤيه الاستراتيجية للإعلام الدعوي ؟

منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي الذي يناسب مثل هذا النوع من البحوث كما استخدم الباحث المنهج التاريخي للدراسة والتحليل النوعي الذي يندرج تحته أسلوب الدراسات المسحية بينما يرى البعض الآخر أن المسح هو في حد ذاته منهج علمي مستقل بذاته.

مصطلحات البحث اصطلاحاً:

المنظور: هو الثبات على القيم والمبادئ المستمدة من القرآن والسنة لصياغة الإعلام ومرجعيته من أجل التجديد بالوسائل والأساليب وحاجات العصر ومقتضياته.[1]

الإستراتيجية: هي كل الأطروحات و الوسائل و الأفكار المتناسقه و المتكامله التي من شأنها تحديد و تحقيق المصالح الوطنيه و تحقيق ميزات و قدرات تنافسيه من منظور عالمي للدولة و مؤسساتها , تمكنها من تحقيق غاياتها عبر احسن استغلال

---

1 . منتصر حاتم حسين, أيديولوجيات الإعلام الإسلامي, ط1 (الأردن- عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع, 2011) ص27, بتصرف.

للفرص و الموارد , و تستجيب عبرها للمخاطر و التهديدات و نقاط الضعف في البيئة المحليـة و الدوليـة , ويـتم عبرهـا تحديـد الرؤيـه و الرسـالة و الغايـات و الأهـداف الإستراتيجية للدولة. [1]

الإعلام: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة و الحقائق الثابته التـي تساهم في تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات , بحيـث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير و اتجاهاتهم و ميولهم . [2]

الدعوة: تبليغ الإسلام للناس , و تعليمه إياهم , و تطبيقه في واقع الحياة . [3]

الأردن: أحد أحفاد نـوح عليـه السـلام, وهـي الأرض المنخفضـة الخصـبة والمنحـدرة, ويطلق عليها بلاد ما وراء النهر. [4]

مصادر جمع المعلومات:

المصادر الثانوية:

القرآن الكريم, الحديث النبوي, قائمة المراجـع, الكتــب, الرسـائل الجامعيـة, المعـاجم اللغوية, البحوث والأوراق العلمية, المواقع الإلكترونية, المجلات والدوريات.

المصادر الأولية: العمل الميداني و يتمثل في:

---

1 - محمد حسين ابو صالح : التخطيط الإستراتيجي القومي ,(2/4) ,

2 - إبراهيم إمام : الإعلام الإسلامي , المرحلـه الشـفهية (القـاهرة – مصر : مكتبـة الأنجلـو المصريـة , 1998 م) , ص27

3 - محمد ابو الفتح البيانوني : المـدخل إلى علـم الـدعوة , ط3 (دمشـق – سـوريا : مؤسسـه الرسـالة ناشرون ,2011 م) ص 17

4 . assim.yoo7.com/t922-topic , بتصرف.

مجتمع البحث:

في وكالة الأنباء الأردنية والمؤسسة العامة للتلفزيون والإذاعة الرسمية والفضائيات الخاصة بالدعوة والإعلام كفضائية اقرأ وفضائية المجد ،ووزارة الأوقاف من مدراء و موظفين وعاملين في مجالي الإعلام والدعوة والمجتمع التعليمي .

عينة البحث:

بالرجوع إلى الدراسات الإعلامية والتي تتعامل مع قاعدةٍ عريضةٍ لذا فإنها تلجأ للتعامل بنظام العينات وذلك للصعوبة باللجوء إلى التعامل مع هذه القاعدة المعرفة بأسلوب العصر أو الرصد الشامل لكل مفرداتها.[1] .

وقام الباحث في هذا البحث الذي يتناول المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي لدولة الأردن بتحديد عينته العمرية باختيار مؤسسة التلفزيون والإذاعة الرسمية والفضائية ، وفضائيات خاصة وإذاعة حياة إف إم وفضائية اقرأ ،وبعض الموظفين من مدراء أقسام وموظفين من وزارة الأوقاف و المجتمع التعليمي .

فرضيات البحث:

الفرضية الأولى: الإعلام الدعوي في الأردن تقليد إلى أبعد الحدود ولم يستفد من الثورة التكنولوجية العالمية.

---

1 . محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة - مصر: عالم الكتب، 2000 م)ص 129 .

الفرضية الثانية: لايوجد ترابط حقيق فعلي بين المؤسسات الحكومية الإعلامية وبين مراكز البحث العلمي لعدم توفر خبراء استراتيجيون.

الفرضية الثالثة: يواجه الإعلام الإسلامي الدعوي الكثير من المعوقات والتي تحول دون انطلاق الدعاة لنشر تعاليم الإسلام وحرية التعبير.

الحدود الزمانية والمكانية للبحث:

الحد الزماني : 2015/2011 م .

الحد المكاني : المملة الأردنية الهاشمية .

أسئلة البحث المحورية والفرعية:

ما هو مستقبل الإعلام الدعوي في الأردن؟

ما هي الإستراتيجية الفاعلة لنجاح الإعلام الدعوي في الأردن؟

ما هو واقع التخطيط الإستراتيجي في المؤسسات الإعلامية الحكومية وغيرها؟

ما مدى الترابط ما بين المؤسسات الحكومية الإعلامية والإستراتيجية للتخطيط وتلاؤمها مع البحوث العلمية؟

ما هي المشاكل والمعوقات التي تواجه الإعلام الإسلامي الدعوي وبحوث الاتصال في المؤسسات؟

ما مدى مخاطر التكنولوجيا الجديدة التي تهدد الإعلام والاتصال؟

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

عبد اللـه حسن تامور, دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على برنامج أفراح الروح.

رسالة دكتوراه غير منشورة . (ام درمان – الجامعه الإسلامية , كلية الإعلام , قسم الإذاعة و التلفزيون , 2012 م) .

استخدم الباحث: منهج البحث الوصفي التحليلي الذي يفسر الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات فيها بهدف الانتهاء إلى وصف عملي دقيق متكامل للظاهرة أو المشكلة، ويقوم على الحقائق المرتبطة بها، بالإضافة إلى تحليل البيانات وقياسها وتفسيرها والتوصل إلى توصيف دقيق للظاهرة ونتائجها.

النتائج:

1. الاهتمام بالعبادات والشعائر الدينية في فقرات الدراسة والأنشطة الإنسانية في النواحي الاقتصادية والاجتماعية، وجوانب الآداب، وإهمال كامل للجوانب السياسية.

2. وظيفة التثقيف والتعليم والبحث والتشاور جاءت على حساب وظيفة التثقيف والتعليم والبحث والتشاور جاءت على حساب وظيفة الترفيه والتسلية كوظيفة من وظائف التلفزيون التي تحمل البعد الدعوي .

3. يبنى البرنامج في جميع حلقاته على الجانب الإيماني والعقدي بصورة أكبر من جانب الانتماء الذي يعتبر أوسع وأشمل .

التوصيات:

1. استخدام وظائف التلفزيون في ترقية المجتمعات الإسلامية ورفع نسبة التدين في الحياة العامة بتأصيل الأنشطة الإنسانية.

2. الاهتمام بالترفيه والتسلية والمسابقات والألعاب وربطها بالمفاهيم الإسلامية وتوضيح النفسية باعتبارها معياراً لاختيار الجمهور لوسيلته ومن ثم برامجه .

3. بناء برامج الدعوة الإسلامية وفق البناء الإنتمائي الذي يعنى بالحضارة والتاريخ والثقافة والمجتمع في قالب جاذب لتحقيق قاعدة جماهيرية أكبر .

علاقة البحث بالدراسة: تلتقي الدراسة بالبحث في المنهج الوصفي والذي يعد جزءاً مهماً في التثقيف والتوجيه والدعوة للجمهور المتلقي .

تاريخ الدراسة: 2008 / 2009 م .

الدراسة الثانية:

- عبده عثمان عبده عبد اللـه إدريس , دراسة وصفية تحليلية على عينة من المؤسسات الإعلامية الاتحادية بولاية الخرطوم.

رسالة دكتوراه غير منشورة (ام درمان - السودان للعلوم و التكنولوجيا , كلية الدراسات العليا للإعلام , قسم الإعلام ,2010 م).

استخدم الباحث: المنهج الوصفي كما استخدم المنهج التاريخي .

النتائج: خرج بنتائج:

1) كشف 36.6% من المبحوثين أن التخطيط في المؤسسات الإعلامية أحياناً يقوم على أسس علمية. ويتضح من هذه النتيجة أن التخطيط في المؤسسات الإعلامية لا يستند بصفة مستمرة على أسس ومعايير علمية .

2) أوضح 41.5% من العينة أنه أحياناً يتم قياس نتائج التخطيط بدقة وانتظام .

3) يرى 31.7% من المبحوثين أنه أحياناً يتم تقييم علمي لبحوث الاتصال التي تجريها المؤسسات الإعلامية .ويتضح من هذه النتيجة عدم وجود تقييم علمي دائم لبحوث الاتصال التي أجرتها المؤسسات الإعلامية .

التوصيات:

1) على المؤسسات الإعلامية أن تضع خطط محددة بصفة دائمة وتكون الخطة مرنة .

2) يجب الاستعانة بصفة مستمرة بالمخطط عند وضع السياسة العامة للمؤسسة .

3) على الإدارات العليا للمؤسسات الإعلامية إشراك إداراتها وأقسامها في وضع الخطط الإعلامية .

علاقة البحث بالدراسة: تلتقي الدراسة بالبحث في التقارب من المنهج الوصفي والتاريخي والتحليلي والمسح الميداني في رسم خارطة طريق للتخطيط الإستراتيجي الإعلامي في وسائل الإعلام .

تاريخ الدراسة: 2010/2009 م

الدراسة الثالثة:

علي عيسى عبد الرحمن : التخطيط الإستراتيجي للدعوة الإسلامية في ظـل التحـديات المعاصرة (بالتطبيق على الوسائل والأساليب).

ماجستير غير منشورة (ام درمان الإسلامية – معهد البحوث و الدرسات الإسـتراتجية – قسم الإعلام -2010 م) .

استخدم الباحث: المنهج الوصفي والتاريخي في الوصـول إلى نتـائج وتوصـيات تـدعم الدعوة الإسلامية .

النتائج:

توصل الباحث إلى أن البيئـة الإسـلامية الداخليـة تحتـاج إلى اعـتماد الإسـلام اعـتماداً وسلوكاً لبلوغ ما كان عليه السلف .

توصل الباحث إلى أن عناصر القوة الإستراتيجية في الإسلام هي التي حافظت على بثاء واستمرارية الإسلام وصون المسلمين .

إدراك الباحث أن التحديات الخارجية تمثل عائقـاً في طريـق المسـلمين يكـبحهم مـن بلوغ كمال التدين.

التوصيات:

يوصي الباحث باعتماد التخطيط الإستراتيجي في العمل الدعوي .

يوصي الباحث بإنشاء مؤسسات تُعنى بالعمـل الـدعوي والحـوار بـين الأديـان وإدارة الأزمات التي تواجه المسلمين .

تفعيل المسلمين والأقليات المسلمة وتحصينهم من الغزو الفكري والثقافي عن طريق إنشاء مؤسسات تعنى بالغزو الفكري والثقافي .

علاقة البحث بالدراسة: تلتقي الدراسة بالبحث من حيث التخطيط الإستراتيجي بكيفية مواجهة وسائل الإعلام والغزو الفكري الغربي .

تاريخ الدراسة: 2010/2009 م.

الدراسة الرابعة:

سلوى عبد الله عطا عبد الله وسائل الدفاع عن الدعوة الإسلامية . ماجستير غير منشورة (جوبا, الدعوة الإسلامية- كلية الإعلام-2008 م)

عنوان الرسالة:.

استخدم الباحث: المنهج الوصفي والتاريخي في بيان أن العدو للإسلام والمسلمين منذ ظهور سيد البشرية إلى يوم الدين هم اليهود وأعوانهم .

النتائج:

للإسلام أعداء من خارجه ،وأشدهم اليهود والمشركين ثم النصارى ،ومن داخله وأشدهم المنافقون ثم الجهلاء وأصحاب الأهواء والبدع .

أغلب المعادية للإسلام نتجت من ظلم الملوك والحكومات الظالمة للشعوب باسم الدين المحرف ،سواء أكان يهودياً أو نصرانياً فأعلنتها حرب على الدين عامة وخاصة الإسلام .

أكثر ما يعرض الأمة للخطر فقدان الـوعي وافتتانهـا بكـل دعـوة وانـدفاعاتها إلى كـل موجة .

التوصيات :

أوصي المسلمين على الإيمان مهما صـادفتهم محنـة أو شـدة ومهـما كـان حـال أعـداء الإسلام من قوة أو منعة ومهـما كانـت حـالهم مـن قلـة عتـاد أو عـدة فـإن مجابهـة الأعداء بالإيمان هي القوة الحقيقية وسيرة الرسول صلى اللـه عليـه وسـلم وصـحابته أكبر دليل على ذلك .

أوصي المسلمين بأن يستعملوا بأنفسهم من موالاة أعداء اللـه والبراءة من كل مـنهج وتشريع يخالف شرع اللـه .

أوصي العلماء بمحو آثار الغزو الفكري وذلك بتعرية الجاهلية الحديثة وتعزيز زيفهـا وتبين انحرافها مع إيجاد البديل الإسلامي .

علاقة البحث بالدراسة: تلتقي الدراسة بالبحـث في بيـان خطـر الغـزو الفكـري بكـل أصنافه ضـد الإسـلام والمسـلمين عـلى رأسـهم اليهـود والنصـارى والمنـافقين "الطـابور الخامس" بتحليل وصف تاريخي وميداني لكل ما يحدث للأمة الإسلامية .

تاريخ الدراسة: 1429 هـ /2008 م.

الدراسة الخامسة:

عبداللـه بن محمد المديفر الدراسات المستقبلية وأهميتها للدعوة الإسلامية

ماجستير (الرياض – جامعة محمد ابن سعود الإسلامية , قسم التربية الإسلامية , كلية الدعوة , 1427 هـ) .

استخدم الباحث: المنهج الوصفي الوثائقي، المنهج التاريخي، المنهج الوصفي الارتباطي.

النتائج :

1) الدراساتُ المستقبليةُ: جهدٌ علميٌ مُنظَّم، يَسعى إلى تحديدِ احتمالاتٍ وخياراتٍ مختلفةٍ مشروطةٍ لمستقبلِ قضيةٍ، أو عددٍ من القضايا، خلالَ مدةٍ مستقبلةٍ محددة، بأساليبَ متنوعة، اعتمادًا على دراساتٍ عن الحاضرِ والماضي، وتارةً بابتكارِ أفكارٍ جديدةٍ منقطعةِ الصلةِ عنهما.

2) ظهرت الدراسات المستقبلية في منتصف القرن العشرين الميلادي، في الولايات المتحدة الأمريكية، ثم في أوروبا؛ وأذكتها عوامل الدفاع العسكري.

3) تتنوع أهداف الدراسات المستقبلية، وهي ترجع إلى هدف عام، هو: محاولة تحسين القرار.

التوصيات:

1) يوصي الباحث المؤسسات الإسلامية الكبيرة، والدعوية بخاصة، وإدارات الإفتاء، ومجْمعي الفقه الإسلامي في مكة المكرمة وجدة، بإحداث إدارات فيها للتشاور المتميز، وتدريب موظفين على إجادة تطبيق هذا الأسلوب، والحصول على البرامج الحاسوبية الجاهزة التي تسهل عملية تطبيقه، وتعريبها، وهي كثيرة في الغرب.

2) من المهم التدرج في تطبيق الدراسات المستقبلية عند المسلمين، فيُبدأ ببث الـوعي بشأنها بين العلماء والدعاة والمختصين، وتوضيح أهميتها للمسـلمين؛ فالتـدرج طريـق للمحافظة على بناء الأمة، وألا يكون تطبيق الدراسات المستقبلية، والدعوة إليها سببًا في انقسام الأمة وهدم بنائها.

3) يوصي الباحث بجمع التجارب الدعوية و حفظها، بطريقـة يسـهل معهـا اسـترجاع معلوماتها بسهولة، سواء كانت تجـارب ناجحـة أو فاشـلة، ومحاولـة معرفـة أسـباب النجاح والفشل وتدوين ذلك. ولعل أهم من يناط به هـذا: وزارة الشـؤون الإسـلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، وكليات الدعوة.

علاقة البحث بالدراسة: تلتقي الدراسة بالبحث من حيث مقومات النجـاح وعوامـل الفشل للدعوة والإعلام والدعاة والعلماء والمفكرين وأن عليهم واجب كبير في توجيـه الأمة عبر كل الوسائل الحديثة ليخرجوها من الظلمات إلى النور .

تاريخ الدراسة: 1427هـ

تنظيم البحث:

يتمثـل في الباحـث و الـدعاة و العلـماء و الجمهـور و الخـبرة, و وسـائل الإعـلام و الإعلاميين و المجتمع التعليمي .

كما يتكون البحث من أربعة فصول و خاتمه :

الفصل الأول : المفهوم العام للإعلام و الإتصال .

الفصل الثاني : حاضر الإعلام الدعوي .

الفصل الثالث : إستراتيجية الإعلام الدعوي .

الفصل الرابع : التخطيط الإستراتيجي للإعلام الدعوي .

الفصل الأول

المفهوم العام للإعلام والاتصال

وفيه أربعة مباحث:

المبحث الأول:- تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً

المبحث الثاني:- مقومات البرنامج الإسلامي في التلفزيون الأردني

المبحث الثالث:- وظائف الإعلام الإسلامي وأهدافه

المبحث الرابع:- الضوابط الشرعية في استخدام شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت"

الفصل الأول

المفهوم العام للإعلام والاتصال

المبحث الأول

تعريف الإعلام والاتصال لغةً واصطلاحاً

المفهوم العام للإعلام والاتصال:

قبل التعرض لتعريف مصطلحي الإعلام والاتصال يرى الباحث أنّ الإعلام والاتصال الجماهيري علم قائم بذاته، ولقد أسفرت تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات بعد تتابع التطورات التقنية عن واقع جديد يفرض نفسه في عالمنا المعاصر المتغير ولهذا نجد أن هناك احتكاراً لتكنولوجيا الاتصال وتقنياته والتحكم في مصادر الإعلام والمعلومات، فخلق حالة من عدم التوازن في المنطقة العربية خاصة والدول النامية عامة، لأننا لا زلنا في موقف المتلقي وأن صوتنا في الدول العربية غير مسموع في ظل النظام الإعلامي الدولي والصهيوأمريكي الغير متوازن، وخاصةً فيما يتعلق في قضايانا العربية والإسلامية على وجه الخصوص.

ويرى بعض الباحثين أن علم الاتصال لا يزال في طور النمو ولذا يكفي أن نقول إنّ **الاتصال:**- هو العملية التي يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع بصرف النظر عن حجم هذا المجتمع وطبيعة تكوينه، وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم، كما أن كل عناصر الثقافة التي يمكن نقلها– أو

توصيلها- من فرد لآخر أو من جماعة إلى أخرى أو من جيل إلى آخر تؤلف مادة الاتصال[1].

أما الإعلام:- فيعرف بأنه عملية تزويد الناس بالأخبار والحقائق والمعلومات الصادقة عن طريق وسائل خاصة، أو هو اطلاع الرأي العام في الداخلي والخارج على ما يدور من أحداث ووقائع وبث الثقافة والوعي بين صفوفه[2].

وكما يقول منتصر حاتم حسين أن الإعلام هو:- كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية ،بطريقة معينة, خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير، سواء عَبّرَ موضوعِياً أم لم يعبِّر, وسواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها[3].

لذلك إذا أردنا أن نتحدث عن الإعلام الإسلامي كنوع من أنواع الاتصال فإن الأمر يقتضي إخضاع مضامين ذلك الإعلام إلى ضوابط الشريعة الإسلامية، وهذا ما يميزه عن غيره من الإعلام.

فالإعلام في الاتصال الإسلامي يعرف على أنه:- نشاط اتصالي يريد به القائم بالاتصال نقل معلومات عن الدين الإسلامي بهدف توعية المسلمين وتوجيههم

---

1. عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، ط1، (عمان- الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011 م)، ص 13.
2. عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، م. س. ذ ، ص 17.
3. منصر حاتم حسين: أيدولوجيات الإعلام الإسلامي، ط1 (عمان - الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011 م) ص 20 .

وإرشادهم وتبصيرهم بأمور دينهم وحثهم على التمسك بتعاليم الدين الإسلامي لتكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويعمل بها[1].

أما الإعلام والاتصال فهما كلمتان تتقاطعان بحيث أننا نجد البعض يستعمل أحدهما بدل الآخر فعلى العموم يمكننا القول إنه إذا كان الإعلام يعني أساساً للمعطيات والأخبار والمعلومات. فالاتصال يستلزم الحوار ووجود علاقات .

وإذا كان مفهوم الإعلام يعبر عادة عن شيء ثابت (محتوى، حالة، وضعية) فالاتصال عبارة في الغالب عن عملية (علاقة) ولكن لا يمكن أن يكون اتصال دون إعلام، فالاتصال أشمل. وهو أكثر استعمالاً حاليا في التراث الأكاديمي المخصص ،ويمكن إيجاز تعريفه فيما يلي :

إنه عبارة عن عملية تفاعل معلوماتي هادفة، وهو عادة ما يوصف بالوسيلي لارتباطه بإحدى وسائل الإعلام والاتصال المعنية بالدراسة في عملنا هذا ،والاتصال قد يكون ذاتياً (بين اللشخص نفسه)، أو شخصياً (بين شخصين)، تنظيمياً (خاص بالمنظمات)، جماهيرياً (موجه لجمهور عام وواسع).

فالاتصال إذاً عبارة عن عملية نقل المعلومات بقصد التواصل والتأثير الاجتماعي بوسائل مناسبة ← أي له ستة مكونات وهو أشمل من الإعلام. وهناك من يعبر بأن الإعلام يتضمن الاتصال لأنه أشمل منه

---

1. هاشم أحمد انغيمش: الإعلام الإسلامي في التلفزيون، أطروحة دكتوراه, (بغداد: جامعة بغداد، 2001 م) ص 80 .

أما عبد المجيد شكري يرى أنها:- مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة، والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها، أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات[1].

أما علي مصطفى فيقصد بالإعلام هو:- تزويد الناس بالمعلومات والحقائق والأخبار الصادقة لمساعدتهم على تكوين رأي سليم حول قضية ما أو مسألة معينة[2].

ونقصد بوسائل الإعلام الجماهيري كما يقول علي الأشهر:- ذات القدرة على الوصول إلى جماهير متعددة في التوقيت ذاته والمتمثلة في الصحف "جرائد ومجلات" الإذاعة والتلفزيون "إذاعات وتلفزيونات محلية وإقليمية – فضائيات" بالإضافة إلى الإنترنت وهي أحدث وسيلة إعلامية وربما أخطرها على الإطلاق لاسيما وأن أكثر مستخدميها هم من فئة الشباب وتأثيرها عليهم سلباً وإيجاباً كان محور اهتمام مئات الدراسات العلمية[3].

ولذلك فليس من الغريب أن نجد من المتخصصين في علوم الإعلام (LLORENTE ,BERNETE ,BECERRIL) من يفرق بين تكنولوجيات الإعلام والاتصال (TIC) التي تشمل الوسائل ما قبل الإلكترونية: صحف، مجلات ..، وبين "التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال" (NTIC) التي تخص

1 . عبد المجيد شكري: تكنولوجيا الاتصال، (القاهرة- مصر، دار الفكر العربي، 1996 م) ص 11

2 . علي مصطفى بن الأشهر: دور وسائل الإعلام في إحياء التراث العلمي العربي الإسلامي، في المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (تونس، الإعلام العربي، الجمهور، 1994 م), ص 12 .

3. علي مصطفى بن الأشهر: دور وسائل الإعلام في إحياء التراث العلمي العربي الإسلامي، في المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الإعلام العربي والجمهور، م. س. ذ، ص12.

الوسائل الإلكترونية (راديو، تلفزيون، إنترنت،..) ولكن دون الأخذ بعين الاعتبار أن صفة "الجديدة" نسبية من الناحية الزمنية .إنها مرنة ،دائمة التغير وغير صحيحة بالجملة[1].

الإعلام لغة: من مادة علم، والعلم نقيض الجهل، وأذن بالشيء إذناً وأذاناً وآذانه أعلمه, من أعلم: أعلم نفسه وفرسه جعل له أو لها علامة في الحرب. وأعلم الثوب: جعل له علما من طراز وغيره. أعلم فلان الخبر: أخبره به[2].

وفي القرآن الكريم: ﴿فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللـهِ وَرَسُولِهِ﴾[3].

وفي قوله تعالى: ﴿وَأَذَانٌ مِّنَ اللـهِ وَرَسُولِهِ إِلَى النَّاسِ يَوْمَ الْحَجِّ الأَكْبَرِ﴾[4].

أي إعلام من اللـه ورسوله، والأذان: الإعلام بدخول وقت الصلاة.

هو الترجمة العربية لكلمة (Information) التي تعني في اللغة الإنجليزية (خبراً ونبأ أو إشعار أو إنباء) وفيها (Informer) والتي تعني (مُخب- مُبلِّغ- فتّان- وقاع)[5] . والإعلام في اللغة العربية اسم مشتق من الفعل أعلم يُعلم إعلاماً، ويأتي بمعنى الأثر، أي الشيء الذي يُعَلَمُ به المكان فيصبح أثراً يدل عليه كعَلَمُ الجيش أو

1 فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال(NTIC/NICT) المفهوم- الاستعمالات- الآفاق، م. س. ذ، ص30.

2 . ابراهيم أنيس ورفاقه: المعجم الوسيط، ج1-2, م. س. ذ, ص654.

3 سورة البقرة، آية 279.

4 سورة التوبة، آية 3.

5 1973 ,Eliasa.elias&ED.Elias,Pocket dictionary,English-Arabic Bayeot:Aljeel House,P.9

الطريق، وسمي الجبل علماً لأنه يُعْلَمُ بـه الطريـق ف (العَلَـمُ الأثـر الـذي يُعلَـمُ بـه الشيء)[1].

ويعرف الدكتور عبد الرزاق محمـد الـدليمي الإعـلام لغـة: هـو التبليـغ والإبـلاغ أي الايصال، يقال بلغت القوم بلاغاً أي أوصـلتهم الشيء المطلـوب، والـبلاغ مـا بلغـك أي وصلك، وفي حديث: "بلغوا عني ولو آية"، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين[2].

الإعلام اصطلاحاً:

فقد ذهب فيه العلماء مذاهب شتى، ولكن أوتوجرت الألماني يعرف الإعـلام بأنـه:- هـو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه[3].

وإن كان واقع الإعلام في أغلب الأحيان عكس ذلك يقول تيسـير محجـوب الفتيـاني:- إن المذيع أو المحرر أو الصـحفي أو الفنـي لا يعـبر في الغالـب عـن ذاتـه فـيما يـذيع ويحرر، وإنما هو مجرد ناقل أداة للمصدر الإعلامي الأسـاسي والـذي لا ينكـر أحـد أن يعمل من أجل تحقيق أهدافه الخاصة ولحساب مصلحته، وأكبر دليل على ذلك تـأثر رجال الحكم ورجال الأعمال.بخلاف الإعلام الإسـلامي، لأن الإعلامـي المسـلم الصـادق عندما يذيع أو يحرر أمراً من الأمور أو قضية من القضايا فإنما يتجرد من ذاتـه كليـةً، لأنه ينطلق من الكتاب والسنة ﴿إِنْ عَلَيْكَ إِلَّا الْبَلَاغُ ﴾[4]، ﴿إِنَّمَا أَنْتَ نَذِيرٌ﴾[5]

1 الراغب الأصفهاني:المفردات في غريب القرآن، تحقيق سيد محمد الكيلاني، (القاهرة – مصر: مطبعـة البابي الحلبي، 1961 م، ص344.

2 عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل إلى الإعلام والاتصال، م. س. ذ. ص17.

3 منتصر حاتم حسين: أديوليوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذ. ص20

4 سورة الشورى، آية 48

5 سورة هود، آية 2.

فالإعلام الإسلامي: إعلام موضوع حقيقة[1].

كما أن الإعلام في الاصطلاح يشير إلى معنيين يشمل الأول: جميع أنماط الاتصال، بينما يقتصر الثاني على وظيفة واحدة من وظائف الاتصال ألا وهي وظيفة الإخبار أو الإبلاغ[2].

ويؤدي الإعلام وظائف عدة لا تقتصر على الإخبار والترفيه، فالإعلام ليس مجرد نشاط إخباري أو ترفيهي، بل إنه يهتم بالتثقيف والتعليم بهدف بناء الإنسان[3].

ويعرف عبد الرزاق محمد الدليمي الإعلام بأنه:- عملية تزويد الناس بالأخبار والحقائق والمعلومات الصادقة عن طريق وسائل خاصة أو هو الإطلاع الرأي العام في الداخل والخارج على ما يدور من أحداث ووقائع وبث الثقافة والوعي بين صفوفه[4].

بعد أن تم استعراض التعاريف اللغوية والاصطلاحية والعلمية يمكننا استنتاج ما يلي:

الإعلام هو نمط من أنماط الاتصال يخضع لنظريات الاتصال ووسائله وأساليبه.

يؤدي الإعلام مجموعة من الوظائف الهامة كالتعليم والتسلية والتثقيف والترفيه والإخبار.

1 تيسير محجوب الفتياني: مقومات رجكل الإعلام الإسلامي، ط1 , (عمان , الأردن : دار عمار , 1987 م) , ص13.

2 هادي نعمان الهيتي: الاتصال الجماهيري، المنظور الجماهيري، المنظور الجديد، عالم المعرفة 412 (بغداد – العراق: دار الشؤون الثقافية العامة، 1998 م) ص23.

3 محي الدين عبد الحليم: إشكاليات العمل الإسلامي بين الثوابت والمعطيات، كتابة الأمة 64 (قطر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية , 1998م) ص67

4 عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل الإسلامي إلى وسائل الإعلام والاتصال، م. ذ. ص 17.

الإعلام هو إخبار وإبلاغ الجمهور بمعلومات وأحداث صحيحة وصادقة.

كما أنه يخدم أهداف معينة تنصب في مصلحة الجهة التي تقـوم بـذلك النشـاط أيـاً كان نوعه.

الاتصال لغةً واصطلاحاً:

الاتصال لغةً:

هو الترجمة العربية لكلمة Communication الإنجليزية والتي تعني نقـل المعرفـة أو المعلومةTo convey Knowledge of or information about أو هـي الإشارة باسـتخدام معاني واضحة To reveal by clear signs والاتصال أيضاً هو نقل أو توصيل بين شخص وآخر To cause to pass from One to another.

ويعرف أيضاً على أنه نقل معلومـة أو فكـرة أو مشـاعر مـن أجـل اسـتقبالها بشـكل مقبول، مرضي عنه ومفهوم

To transmit information, thought, or feeling so that it is satisfactorily, received or understood (1)

وكلمة الاتصال تأتي في اللغة العربية بمعانٍ متعددة تكاد تخدم نفس الغرض فهي من باب وصل بمعنى اتصل، ووصـل الشيء بـالشيء أي لأمـه، وتـأتي أيضـاً بمعنـى الوصـل

1. Webster's ninth new collegiate dictionary 1986 by Merriam- Webster . publishers .spring field , Massachusetts , USA .

الذي هو ضد الهجران. ومنها أيضاً الصلة فمن وصل رحمه فقد أحسن إلى الأقربين إليه من ذوي نسبهِ ورفق بهم وعطف عليهم[1].

والأوصال:- المفاصل التي هي مجمع العظام في جسم الإنسان والحيوان على سواء، وأتصل الشيء بمعنى لم ينقطع، بمعنى الاستمرار والدوام، والوُصلة بالضم الاتصال وكل ما اتصل بشيء فما بينهما وُصلَةَ، ووصله وصلاً... وواصلهُ مواصلةً ووصولاً يكون في عفاف الحبِ ودعارتهِ. والموصل مدينة معروفة في العراق سميت بذلك لأنها وصلت بين الفرات ودجلة [2]، وتوصل إليه تلطّف في الوصول إليه، والتواصل ضد التصارم[3].

مما سبق يتبين أن الاتصال هو:- عملية (اجتماعية- نفسية) مستمرة تقوم على المشاركة والتفاهم بين بني البشر حول موضوع معين وفكرة ما لتحقيق هدف القائم بعملية الاتصال.

الاتصال في الاصطلاح:

الاتصال كلمة عامة شاملة تعبر عن التفاعل الاجتماعي بين البشر[4]. والاتصال هو العملية التي يتم بواسطتها نقل وتبادل المعلومات والآراء والأفكار بين طرفين أو أكثر.

---

1 .لويس معلوف : المنجد في اللغة العربية، ط22 (بيروت – لبنان: دار المشرق ، 1975م), ص 903–904.

2 . مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي: القاموس المحيط، المجلد الرابع (القاهرة- مصر: مؤسسة الحلبي وشركاؤه، بلا تاريخ), ص 64- 65.

3 . محمد بن أبي بكر الرازي: مختار الصحاح، باب وصل (الكويت: دار الرسالة، 1983م), ص 724- 725.

4 . إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامي، المرحلة الشفهية (القاهرة- مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، 1979م), ص23.

هذه العملية يمكن أن تتم بطريقة مباشرة أو عن طريق استخدام وسائل للاتصال، تعتمد على الكلمات أو الرموز المكتوبة أو المرئية أو المسموعة أو ما يسمى ب(اللغة)[1].

وعلم الاتصال من العلوم الاجتماعية الحديثة التي تبحث ظاهرة في البشر عن طريق وسائل الاتصال المختلفة [2].

ويعرف الاتصال على أنه:- العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال منبهات عادة رمزية لغوية لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين مستقبلي الرسالة[3].

والاتصال هو المشاركة في المعاني؛ أي أن مُصَدِّر الرسالة عندما يقوم بنقل معاني معينة في عملية الاتصال فإنه يعمل على إقامة مشاركة مع طرف آخر في تلك المعاني إذ أن تناقل المعاني يشير إلى اشتراك طرفين أو أكثر في إرسال المعاني واستقبالها بصورةٍ تبادلية[4].

ويعرف الاتصال أيضاً بأنه:- عملية يتم من خلالها نقل وتبادل المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الانطباعات بين طرفين أو أكثر سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، باستخدام وسائل اتصالية والاعتماد على الكلمات أو الرموز المكتوبة أو

---

1 . سمير محمد حسين: الاتصال: مفهوم نظرياته عوائقه متطلباته، مجلة الفنون الإذاعية، العدد 9، كانون الأول 1975 م، ص 4.

2 . إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامي، المرحلة الشفهية، م. س. ذ، ص 23.

3 . يحيى بسيوني مصطفى، عادل الصيرفي: التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية (الرياض- السعودية:عالم الكتب، 1985م), ص 24.

4 . هادي نعمان الهيتي: الاتصال الجماهيري، عالم المعرفة 412, م. س. ذ، ص9.

المرئية أو المسموعة،وذلك بهدف الإعلام أو الدعاية أو الإقناع أو التأثير العقلي أو العاطفي أو الاحياء بأفكار واتجاهات ومقاصد معينة[1].

يعرف الاتصال لدى بعض علماء الاجتماع على أنه:- ذلك الميكانزم "التفاعل" الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان[2].

أما في علم النفس فيعرف الاتصال على أنه:- عملية نقل انطباع أو تأثير من منطقة إلى أخرى، أي من فردٍ إلى آخر،أو من البيئة إلى الفرد، وذلك من خلال عدة أساليب، جوهرها الكلام واستخدام الحواس التي تُشعر الآخرين بالاهتمام[3].

والاتصال أيضاً هو:- عملية ثقافية بحيث أن اللغة هي مجموعة إشارات ومواقف ورموز مرتبة بشكل يعطي لها تفسيرات مشتركة متفق عليها. وأخيراً فإن الاتصال عملية اجتماعية وهو الوسيلة الأساسية التي يستطيع الفرد بواسطتها أن يتفاعل بأشكال لها معنى[4].

---

1 . سمير محمد حسين: الاتصال، مفهوم نظرياته عوائقه متطلباته، مجلة الفنون الإذاعية، العدد 9، كانون الأول 1975 م، ص 4.

2 . د. فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله (القاهرة – مصر: دار الفجر، 2003م), ص 15.

3 . هناء حافظ بدوي: الاتصال بين النظرية والتطبيق, م. س. ذ، ص 16.

4 . دي فلور، م،س، بال روكاخ، نظريات الإعلام، ترجمة ناجي الجوهر (عمان – الأردن: دار الأمل، 1994م), ص 169- 170.

وتشمل عملية الاتصال في مفهومها البسيط ثلاثة عناصر هي [1]:

المرسل والرسالة والمستقبل، وفي حالة الاتصال الوسيط أو الاتصال الجماهيري فإن عناصر العملية الاتصالية تتكون من المرسل والرسالة والوسيلة والمستقبلين. وقد وضع (**هارولد لاسويل**) نموذجاً لسريان الاتصال تمثل بخمسة أسئلة يشكل جواب لكل سؤال منها بعداً أساسياً من أبعاد سريان الاتصال هي [2]:

من ؟	**Who**
يقول ماذا ؟	**Say what**
بأية وسيلة ؟	**In which channel**
إلى من ؟	**To whom**
بأي تأثير ؟	**With what effect**

1 . صالح أبو أصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة (عمان – الأردن: دار ارام، 1995م), ص 13، وأيضاً: الغريب زاهر اقبال بهبهاني: تكنولوجيا التعليم (القاهرة – مصر: دار الكتاب الحديث، بلا تاريخ), ص 29.

2 . محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1 (القاهرة – مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع 2003م) ص83. وأيضاً: هناء حافظ بدوي: الاتصال بين النظرية والتطبيق (الاسكندرية – مصر: المكتب الجامعي الحديث، 2003 م), ص 30- 36.

المبحث الثاني

مقومات البرنامج الإسلامي في التلفزيون الأردني

تعريف التلفاز أو التلفزيون اصطلاحٌ مُوَلَّدٌ عرّفه صاحب المعجم الوسيط بأنه:- جهاز نقل الصور والأصوات بوساطة الأمواج الكهربية، واجتهد بعضهم في تسميته بـ "الرائي"[1].

وتبرز أهمية التلفاز كما ذكرها محمد أبو الفتح البيانوني في عدة نقاط منها:

اجتماع أهم خصائص الوسائل السمعية والبصرية فيها، مثل:

الامتداد الزماني والمكاني... فلا يقف أمامها بعد أو قرب، ولا سيما بعد اختراع الأقمار الصناعية.

تنوع موضوعاتها التي تبث فيها بحيث تلامس حاجات الناس ورغباتهم المتعددة.

سهولة الاستماع إليها والمشاهدة لها.

شدة جاذبيتها للناس، حيث ترتكز على حاسة السمع والبصر معاً.

كثرة توفرها ورخص ثمنها حيث تسابقت الشركات العالمية في صناعتها وتصديرها وتقليل ثمنها وكثرة أماكن عرضها وبيعها.

تنوع المشاهدين لها والمتابعين لبرامجها من الكبار والصغار، والرجال والنساء، والمثقفين وغيرهم؛ مما جعلها من أخطر الوسائل الحديثة انتشاراً[2].

---

1 . ابراهيم أنيس ورفاقه: المعجم الوسيط، مادة "تَلِفَ"، م. س. ذ, ج1, ص186 .

2 . محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، ط3 (دمشق - سوريا: مؤسسة الرسالة ناشرون، 2011م) ص318-319.

يرى الباحث أن على الآباء والمربين المحافظة على أبناءهم لما يحيط بالأمة من خطر استخدام الأجهزة بجميع أنواعها من تلفاز وانترنت وخليويات والانضباط بضوابط الشريعة الإسلامية عند استخدامها، مستجيبين لقوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلائِكَةٌ غِلاظٌ شِدَادٌ لا يَعْصُونَ اللهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ﴾[1].

أولاً- تعريف البرنامج التلفزيوني الإسلامي:

قبل الدخول في تعريف البرنامج التلفزيوني الإسلامي لا بد من توضيح ما نعنيه ب(البرنامج التلفزيوني) وذلك من خلال التعرف إلى بعض التعاريف التي وضعها الباحثون للبرنامج الإذاعي والتلفزيوني أو ما يطلق عليه البرنامج الإذاعي بشقيه (المسموع والمرئي).

يعرف فلاح المحنة البرنامج بأنه:- منهاج يصف شيئاً ويعلن عنه وله صيغ وأشكال خارجية هي عبارة عن الشكل والمضمون... وقولنا يبرمج أي يضع برنامجاً ويخطط له. أما مبرمج فتعني ذو برنامج[2].

بينما يعرف نواف عدوان البرامج الإذاعية والتلفزيونية بأنها:- بث مواد ومضامين متنوعة إلى مختلف فئات جماهير المستمعين والمشاهدين وكما تعني أيضاً بث برامج محددة إلى جمهور محدد من قبل إذاعة محددة[3].

---

1 سورة التحريم، آية 6.

2 . فلاح كاظم المحنة: البرامج الإذاعية والتلفزيونية (الموصل – العراق: دار الكتب للطباعة والنشر، 1988م) ص 128.

3 . نواف عدوان: "بعض المصطلحات الإعلامية دراسة أولية" (مجلة البحوث: المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين في اتحاد إذاعات الدول العربية، ع 24، كانون الأول، 1988م) ص 32.

ويشير مصطلح برنامج في الإذاعة والتلفزيون إلى:- شكل فني يشغل مساحة زمنية محددة وله اسم ثابت ويقدم في مواعيد محددة وثابتة يومياً أو أسبوعياً أو كل أسبوعين أو شهرياً، ليعرض مساحة من المواد الفنية والثقافية والعلمية... إلخ مستخدماً في ذلك كل أو بعض الفنون الإذاعية من سرد وتعليق وحوار وندوات ومقابلات...[1].

أما تعريف البرنامج الإذاعي الإسلامي (المرئي والمسموع) إذ يصف أحد الباحثين البرامج الدينية ويعني بها البرامج التلفزيونية الإسلامية بأنها:- برامج متخصصة داخل الهيكل العام لخطة البرنامج التلفزيوني أو ما يسمى بالدورات التلفزيونية... هدفها البناء بالعقيدة والتسامح بالشريعة والتمسك بكتاب الله وسنة رسوله[2].

ويرى الباحث أن التلفزيون الإسلامي بمنهجه شأنه كغيره من المحطات التلفزيونية الأخرى كتنوع برامجه كي يلبي حاجات قطاعات متنوعة من الجمهور، ليتم تزويده بالأخبار والمعلومات وبرامج الترفيه والتسلية بحيث لا تتعارض في مضامينها مع ضوابط الشريعة الإسلامية كي تحقق الغرض المطلوب من استهداف الجمهور بقطاعاته المختلفة.

وتذهب الباحثة نوال محمد عمر إلى تعريف البرنامج الديني الإسلامي بأنه:- من التعريف للإنسان بربه على أسس علمية صحيحة وبأساليب متعددة وبأشكال

---

1 . كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية (جدة – السعودية: دار الشروق، 1989م) ص 471.
2 . يحيى بسيوني مصطفى, عادل الصيرفي: التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية، م. س. ذ، ص 120– 124– 125.

مختلفة، تنتج عند الإنسان الطاعة لـلـه ولرسوله والغاية مـن ذلـك أن يكـون صـادق الحكم على القيم الإنسانية[1].

ويـرى الباحـث بأنـه يمكـن تعريـف الـبرامج التلفزيونيـة الإسـلامية في التلفزيـون الإسلامي الذي يخضع مضامينه لضوابط الشريعـة الإسـلامية بأنهـا:- بـث مضـامين المواد التلفزيونية المتنوعة بأشكال معينة وبأساليب محببة بمواعيد محددة إلى جميع شرائح الجمهور المشاهد.

وهناك مؤلفات عربية عن البرامج الإذاعية المسموعة والمرئية صنفت البرامج الدينيـة ضمن البرامج التثقيفية[2].

بينما كانت البرامج الدينية الإسلامية في أغلب المؤسسات الإذاعية المسـموعة والمرئيـة ولا سيما الغربية منها تندرج ضمن البرامج الثقافية[3].

هذا مما دفع الدول لعربية إلى فصل البرامج الدينية عن الـبرامج التثقيفيـة وأفـردت لها قطاعاً خاطاً بهـا يشـمل عـلى:- قـراءات القـرآن الكـريم ومـا ينقـل مـن الشـعائر الدينية، كشعائر صلاة الجمعة والمواسم الدينية وشعائر الحج بالإضافة إلى الأحاديـث والندوات والبرامج المختلفة التي تتناول أحكام الدين بالتقديم والشرح[4]

1 . نـوال محمـد عمـر: فـن صـناعة الخـبر في الإذاعـة والتلفزيـون (القـاهرة – مصر: دار الفكـر العربي،1993م) ص 106.

2 . فلاح كاظم المحنة: البرامج الإذاعية والتلفزيونية، م. س. ذ، ص 168.

3 . جهاز تلفزيون الخليج، المعايير الإحصائية الموحدة لتحليل البرامج التلفزيونـات الخليجيـة العربيـة (الرياض –السعودية: جهاز تلفزيون الخليج العربي، 1983م) ص 19.

4 . جهاز تلفزيون الخليج، م. س. ذ، ص 19.

الضابط الشرعي في الإسلام:

جاءت مفردةً الضابط التي جمعها ضوابط في اللغة العربية من ضبط الشيء ولزومه وحفظه حفظاً بليغاً لكي لا يفلت منه شيء،ومنها القول رجل ضابط: بمعنى رجل قوي وحازم، وتأتي الضوابط أيضاً بمعنى القاعدة التي يحتكم إليها، أو الماسكة التي تمسك الشيء أن ينفلت[1].

والمراد بالضوابط القواعد التي يحتكم إليها من قواعد فقهية تتضمن أحكام تشريعية عامة في الحوادث التي تدخل تحت موضوعها فهي تعينُ على ضبط المسائل المثارة في التشريع الإسلامي ويمكن التعرف من خلالها على الأحكام الجزئية التي تندرج تحت تلك الضوابط، والتي لم ينص عليها صراحةً، أو التي لم يرِد على حكمها دليل[2].

والشريعة هنا بمعنى رجوعها وعودتها إلى التشريع الإسلامي، أي الشريعة التي هي في الأصل المكان من المياه والأنهار الذي يرد إليه الناس للإنتفاع بالماء من شرب واغتسال, وأطلقت على الدين لأن الدين تحيا به نفوس العباد وكما يحيى الناس العطشى بالماء[3], ووردت هذه الكلمة في القرآن الكريم في قوله تعالى:- (لِكُلٍّ

---

1 . جمال الدين بن مكرم الأنصاري: لسان العرب، الجزء السابع (بيروت – لبنان: دار الفكر، بلا تاريخ) مادة ضبط ، ص 34. وأيضاً أحمد بن محمد بن علي المقري الفيومي: المصباح المنير في غريب الشرح الكبير (بيروت – لبنان: المكتبة العلمية، بلا تاريخ) ص510. وأيضاً: محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي: مختار الصحاح (الكويت: دار الرسالة، 1983م) ص 376.

2. محي هلال السرحان: القواعد الفقهية ودورها في إثراء التشريعات الحديثة (بغداد- العراق: جامعة بغداد، 1987م) ص 8.

3 . حسين محمد مخلوف: صفوة البيان لمعاني القرآن, ط3 (القاهرة – مصر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية) ص 635.

جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا)[1], والشريعة هو تشريع من الله تعالى في التحليل والتحريم ليعلم من يطيعه من الناس ممن يعصيه, أن الله سبحانه وتعالى جعل للمسلمين سبيلاً إلى المقاصد الصحيحة, وطريقاً ومسلكاً واضحاً بيناً[2].

فالمراد بالضوابط الشرعية, هو الاحتكام إلى دين الإسلام في التحليل والتحريم في الأحكام المتعلقة بجوانب الحياة كافة, مصداقاً لقوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُوْلِي الأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللهِ وَالْيَوْمِ الآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا﴾[3].

فالمراد هنا بالرد إلى الله سبحانه وتعالى, هو الرد إلى القرآن الكريم, وإلى الرسول صلى الله عليه وسلم: هو الرد إلى سنته وهديه صلى الله عليه وسلم.

أمر الله في الآية الكريمة, بأن كل شيء تنازع فيه الناس من أصول الدين وفروعه أن يرد التنازع في ذلك إلى كتاب الله وسنة نبيه صلى الله عليه وسلم.

وفي هذا النص القصير بين الله - سبحانه - شرط الإيمان وحد الإسلام, في الوقت الذي بين فيه قاعدة النظام الإسلامي في الجماعة المسلمة, وقاعدة الحكم, ومصدر السلطان... وكلها تبدأ وتنتهي عند التلقي من الله وحده؛ والرجوع إليه فيما لم ينص عليه نصاً, من جزئيات الحياة التي تعرض في حياة الناس على مدى الأجيال؛ مما تختلف فيه العقول والآراء والأفهام... ليكون هنالك الميزان الثابت, الذي ترجع إليه العقول والآراء والأفهام!

---

1 . سورة المائدة, آية 48.

2 . عماد الدين أبي الفداء اسماعيل بن كثير القرشي الدمشقي: تفسير القرآن العظيم, ج2 (بيروت - لبنان: دار الأندلس, 1966م) ص 587-588.

3 . سورة النساء , آية 59.

والـلـه واجب الطاعة. ومـن خصـائص ألوهيتـه أن يسـن الشريعـة, فشرعيتـه واجبـة التنفيذ. وعلى الذين آمنوا أن يطيعوا الـلـه- ابتداء- وأن يطيعوا الرسول- بما لـه مـن هذه الصفة. صفة الرسالة من الـلـه- فطاعته إذن من طاعة الـلـه, الذي أرسله بهـذه الشريعة, وببيانها للناس في سنته... وسـنته وقضـاؤه- عـلى هـذا-جـزء مـن الشريعـة واجب النفاذ, والإيمان يتعلـق- وجـوداً وعـدماً- بهـذه الطاعـة وهـذا التنفيـذ- بـنص القرآن, (إن كنتم تؤمنون بالـلـه واليوم الآخر)[1].

ثانياً: أنواع البرامج التلفزيونية الإسلامية

تصنف البرامج الإذاعية المرئية والمسموعة بصورة عامة إلى تصنيفات متعددة, فهنـاك تصنيفات قسمت البرامج إلى أنـواع حسـب الغـرض مـن البرنـامج كـأن نقـول بـرامج إخبارية وأخرى تثقيفية وترفيهية وتعليمية ودينية...إلخ. وهناك تصـنيفات اعتمـدت الشكل الفني للبرنامج فقسمت البرامج إلى: برامج الحوار وبـرامج المقـابلات وبـرامج الحديث. وهناك تصنيفات حسب أوقات عرض البرنامج, كأن نقول برنـامج يـومي أو أسبوعي أو شهري[2].

---

1 . محمد بن علي بن محمد الشوكاني : فتح القدير, ج1 (بيروت – لبنان: عالم الكتب, بلا تـاريخ) ص 481.

وأيضا محمد الأمين بن محمد المختار الجكني الشنقطي: أضواء البيان في إيضـاح القـرآن بـالقرآن, ج1 (بيروت – لبنان: عالم الكتب, 1383هـ) ص 333.

وأيضاً سيد قطب: في ظلال القرآن, المجلد الثاني, ج5, ط5 (بيروت – لبنان: دار الشروق, 1977م) ص 690- 691.

2 . ابراهيم بن مراد: "الاستعمال اللغوي في البرامج الإذاعية والتلفزيونية" (مجلـة الإذاعـات العربيـة, اتحاد إذاعات الدول العربية, جامعة الدول العربية , 2000م) ص 43.

وهناك من قسم البرامج التلفزيونية إلى:

البرامج الدرامية.

البرامج الإخبارية.

البرامج الثقافية والتعليمية.

البرامج الترفيهية والمنوعة.

البرامج الجماهيرية.

أما البرامج الإسلامية التي نحن بصدد الحديث عنها فإنها تلزمنا بنوع من التحديد وذلك حسب التصنيف الذي اتفقت عليه الدول العربية للبرامج الإذاعية بشقيها المرئي والمسموع حيث انبثق من واقع المحطات الإذاعية والتلفزيونية في الدول العربية وهذه البرامج هي على النحو الآتي:

تلاوة القرآن الكريم.

برامج الشعائر الدينية وتشمل:

نقل صلاة الجمعة.

مناسك الحج.

برامج المناسبات الدينية.

البرامج الإسلامية الفقهية وتشمل:

برامج الحديث النبوي.

برامج الحوار (المقابلات).

وهذه البرامج سالفة الذكر هي ما اصطلح على تسميتها بالبرامج الدينية في الدول الإسلامية التي لا تخضع جميع مضامينها الإعلامية لضوابط الشريعة الإسلامية.

وبما أنه لايوجد اتفاق بين الباحثين على تقسيم واحد للبرامج التلفزيونية, لذا فإن أشكال البرامج التلفزيونية قد تتداخل فيما بينها, فالبرامج الثقافية قد تتداخل مع برامج أخرى, كما أن البرامج الجماهيرية يمكن أن تتداخل مع أنواع أخرى من البرامج الإخبارية وبرامج المنوعات[1].

ويرى الباحث بأن جهاز التلفزيون الإسلامي له دور كبير في تلبية حاجات مختلف فئات الجماهير ورغباتهم, من خلال تقديمه برامج متنوعة قد تتداخل مع برامج أخرى, تميزها أن مضامينها لا تتعارض مع الشريعة الإسلامية.

ومن أمثلة تلك البرامج:

برامج المسابقات:

ففي التلفزيون الإسلامي يمكن الاستفادة من أمثال هذه البرامج بأن تكون مضامينها إسلامية, فمثلاً يمكن إجراء مسابقات في الحفظ والتفسير للقرآن الكريم, وأحكام التلاوة وحفظ الحديث ومعلومات إسلامية[2].

---

1 . ماجي الحلواني , محمد مهني: مقدمة في الفنون والإذاعة والسمع بصرية, (القاهرة- مصر: جامعة القاهرة, 1999م), ص156- 166.

2 . إبراهيم امام: نحو بلاغة تلفزيونية في البرامج الدينية, م. س. ذ, ص15.

ومن الجدير بالذكر أن إذاعة وتلفزيون الكيان الصهيوني قد عرضتا مثل هذه البرامج إلى المسلمين الموجودين في الأرض المحتلة, بالنظر للأهمية التي تحظى بها أمثال هذه البرامج من خلال خلق الصلة مع جمهور المشاهدين[1].

برامج المقابلات مع الجمهور:

يتوقف هذا النوع من البرامج على شخصية مقدم البرنامج ولباقته, وعلى فطنة المعد في اختيار موضوع المناقشة الذي يجب أن يحظى باهتمام الجمهور ومن ثم تأتي طريقة عرض فقرات البرنامج فنياً[2].

برامج قالب الفيلم ومقدم البرنامج:

يتميز هذا النوع من البرامج بأنه يلبي رغبات شريحة واسعة من الجمهور, بالنظر لتنوع المادة المعروضة[3].

ويمكن من خلال هذا البرنامج عرض الآثار التي خلفتها الحضارة الإسلامية في مختلف بقاع العالم, كما ويمكن الحديث عن سيرة إحدى الشخصيات الإسلامية أو بإظهار قدرة الله سبحانه وتعالى على التحكم بالبيئة, وكيف خلق مختلف المخلوقات ومراحل تكوين الجنين وطريقة عيش كل مخلوق ووظائفه الحياتية, وذلك بأسلوب شيق جذاب من خلال تكامل مفردات البرنامج إعداداً وإخراجاً وإلقاءً[4].

---

1 . نواف عدوان: "معالجة المناسبات الدينية في إذاعة وتلفزيون الكيان الصهيوني"(مجلة البحوث, المركز العربي للبحوث, اتحاد إذاعات الدول العربية, ع 19, أيار, 1987م) ص77.

2 . فلاح كاظم المحنة: البرامج الإذاعية والتلفزيونية, م. س. ذ, ص171.

3 . فلاح كاظم المحنة: المرجع السابق، ص172.

4 . إبراهيم إمام: نحو بلاغة تلفزيونية في البرامج الدينية, م. س. ذ, ص16- 19.

برامج المجلة التلفزيونية:

يقوم هذا النوع من البرامج على التنوع في عرض الموضوعات والاختصار مما يجعله يلبي مختلف الرغبات والأذواق لجمهوره الواسع.

وقد أخذ التلفزيون هذا النوع من البرامج من المجلات الصحفية[1].

وفي التلفزيون الإسلامي يجب أن تخضع هذه المضامين لضوابط الشريعة الإسلامية.

5- برامج المحكمة التلفزيونية:

كما يقول كرم شلبي يسلط هذا النوع من البرامج اهتمام على المشكلات التي تعترض حياة الناس ويحاول عرضها من خلال التلفزيون, وتسمى أيضاً برامج المناقشات[2].

وكما يقول فلاح كاظم المحنة وتقوم هذه البرامج بإشراك أطراف المشكلات وجهاً لوجه, كمشكلة النقل والمواصلات ومشكلة الروتين والمشاكل التي يتعرض لها الناس مع دائرة من دوائر الدولة[3].

و ابراهيم إمام له رأي جيد في الموضوع وفي التلفزيون الإسلامي تكون هذه البرامج ناجحة إذا ما عرضت بطريقة درامية مصحوبة بآراء كبار العلماء ورجال الفكر ثم تختتم بالحل الإسلامي الصحيح من خلال أحد العلماء المسلمين, مع مراعاة التشويق والواقعية والتسلسل الدرامي للأحداث[4].

---

1 . فلاح كاظم المحنة: البرامج الإذاعية والتلفزيونية, م. س. ذ, ص173.

2 . كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية, م. س. ذ, ص37.

3 . فلاح كاظم المحنة: البرامج الإذاعية التلفزيونية, م. س. ذ, ص173.

4. ابراهيم إمام: نحو بلاغة تلفزيونية في البرامج الدينية, م. س. ذ, ص14-15.

ويرى الباحث بإمكانية علاج ما يطرح من مخالفات وتجاوزات بالعقاب والثـواب ووضع حوافز ومزايا للمتميزين, ومعاقبة المخالفين وفـق مـا جـاء في القـرآن الكـريم والسنة النبوية.

ثالثاً: مواصفات البرنامج التلفزيوني الإسلامي:

لقـد اتفـق البـاحثون عـلى وضـع مجموعـة مـن الشروط أو المقومـات للبرنـامج الإسلامي الناجح في التلفزيون وعلى النحو الآتي:

يجب أن تتوفر لمعد البرنـامج الإسـلامي في التلفزيـون معلومـات كافيـة عـن رغبـات الجمهور واتجاهاته وحاجاته والأوقـات المناسـبة لكـل فئـة مـن فئاتـه قبـل المبـاشرة بإعداد البرنامج[1].

2-أن تكون لكل فئـة عمريـة مـن الجمهـور برامجهـا الخاصـة بهـا, فـالبرامج المعـدة للأطفال دون سن السادسة هي غير تلك البرامج المعدة للأولاد بين السادسـة والثانيـة عشرة, وكذلك الحال فيما يخص المراهقين والشباب حتى سـن الثامنـة عشرة, كـما أن هنالك برامج للكبار وبرامج خاصة بالنساء[2].

3- استنباط مضامين البرامج الإسلامية من الآيات القرآنية والسنة النبويـة ومحاولـة الربط بين الإعجاز العلمي في القرآن الكريم وآخر النظريات العلمية التي تتفق مع تلك الآيات وعروضها بصورة مشوقة ترسخ في النفوس وتزيد في طمأنينة القلوب[3].

---

1. المرجع السابق, ص12-13.
2 . المرجع السابق, ص4- 5.
3 . المرجع السابق, ص5-7.

4-أن تكون البرامج الإسلامية متنوعة لا تقتصر على المسائل الفقهيـة والعبـادات, بـل تمتد لتشمل كل نواحي الحياة, فهي كما تدعو لترسيخ القيم الإسلامية وتعزيز الإيمـان في نفوس مشاهديها, فإنها تدعو للعلم والعمل وتنمي روح الفكـر والتطـور وتتنـاول مختلف القضايا المعاصرة[1].

5-أن تبتعد البرامج الإسلامية عن كل ما يتعارض مع الإسلام وتسعى إلى ترسيخ القـيم الأصيلة في المجتمع بأن تستوحي مضمون برامجها مـن الـتراث الإسـلامي فهنـاك مـن المؤلفات التي تملأ المكتبة الإسـلامية والتـي ترسـخ القـيم العربيـة الإسـلامية الأصـيلة وتقف بوجه القيم الغربية التي تفد عبر الإذاعات والقنوات الفضائية الوافدة, وبذلك نحافظ على تراثنا من الضياع, وتخلق أجيالاً ترتبط بتاريخ أمتها بدلاً من الضياع الذي تتخبط فيه[2].

6-أن تعد وتصاغ البرامج الإسلامية بشكل حي يتناسب وطبيعة جهاز الإذاعة المرئية*. بأساليب جذابة وطريقة عصرية شيقة تناسب جميع الأذواق وتواكب أخر الابتكارات الفنية في هذا الجهاز.

---

1 . المرجع السابق, ص8-9.

2 . المرجع السابق, ص4- 5.

فمثلاً تعرض المشكلات الاجتماعية بطريقة درامية مشوقة يعقبها الحـل الإسـلامي الذي يأتي مـن كبـار العلـماء ورجـال الفكـر الإسـلامي والاسـتعانة بـالأفلام والمـؤثرات الصوتية والصورية ومحاولة إشراك الجمهور مشاركة حية وفاعلة في هذه البرامج[1].

7-أن يشترك في إعداد البرنامج الإسلامي فريق متكامل يشارك فيه علماء مختصـون في مختلف المجـالات كمخـتص في علـم الإتصـال وآخـر في علـم الـنفس وثالـث في علـم الاجتماع, والفقيه الذي يخضع تلك المواد إلى مـا يوافـق الشريعـة الإسـلامية, والمعـد الذي يوازن بين متطلبات عرض البرنامج بالاتفاق مع الفريـق الفنـي الـذي يجـب أن يحول تلك المعاني المجردة إلى لغة بصرية مشوقة وجذابة[2].

أن يجري الإعلان والترويج للبرامج الإسلامية والإعلان عن مواعيدها في جميـع وسـائل الإعلام للمحافظة على جمهورها وإعلامه أو تـذكيره بمواعيـدها ومواضـيع كـل حلقـة ليتسنى لهم المشاركة أو المتابعة لكل برنامج في وقته[3].

على البرامج الإسـلامية أن تبتعـد عـن أسـلوب المخاطبـة الشـفهية نقـلاً عـن أسـلوب الاتصال الشـفهي المتبـع قـديماً (الخطابـة) وأن تعـد وتقـدم الـبرامج الإسـلامية بلغـة

---

*يتكون البرنامج التلفزيوني من الصورة الصوتية والصورة المرئية, وتعتمـد الصـورة المرئيـة عـلى أدوات إنتـاج البرنـامج التلفزيـوني, كالأسـتوديو والكـاميرات التلفزيونيـة, والإضـاءة, والـديكور, والملابـس والإكسسوارات, والماكياج, والمؤثرات التلفزيونية, والخطوط والعناوين والصور الثابتة, والتشكيل الفني للصورة التلفزيونية. (ماجي الحلواني, محمد مهنـي: م. س. ذ, ص187- 204). وأيضـاً (يحيـى بسـيوني مصطفى, عادل الصيرفي: التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية ، م. س. ذ, ص120, 121, 154).

1 . المرجع السابق, ص9, 14, 15, 19.

2 . المرجع السابق, ص11, 20.

وأيضاً. فلاح كاظم المحنة: البرامج الإذاعية والتلفزيونية, م. س. ذ, ص134.

3 . المرجع السابق, ص14.

إذاعية سهلة تقترب من لغة الحياة اليومية, من دون انحطاط أو ابتذال بل تكون لغة ترفع ذوق ومستوى المشاهد وتكسب وده, إنها لغة الصديق للصديق[1].

استقطاب النقاد والمختصين في البرامج التلفزيونية لتوجه النقد البناء إلى تلك البرامج ليتسنى لفريق العمل في البرنامج تعديل برامجهم وتقويمها على أساس ذلك النقد[2].

الاختصار في الوقت من دون شحة في العطاء وذلك من خلال الإعداد والصياغة لتلك البرامج لتنأى عن الإطالة المملة في وقت أصبح المشاهد يحسب وقته, وفي ظل منافسة مستمرة من برامج وإذاعات وقنوات أخرى.

وفضلاً عن ذلك فهنالك شروط وضعها الباحثون لا بد أن تتوافر في مذيع ومقدم البرامج الإسلامية وهي:

الإيمان بالله ورسوله والالتزام بالإسلام قولاً وعملاً. وأن يكون قدوة حسنة للآخرين متأسياً في ذلك كله بشخص الرسول الكريم محمد صلى الله عليه وسلم: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللهَ وَالْيَوْمَ الْآَخِرَ وَذَكَرَ اللهَ كَثِيراً﴾[3].

---

1 . سؤدد القادري: الفنون الإذاعية والتلفزيونية (الموصل – العراق: دار الحكمة للطباعة والنشر, 1990) ص95, 98, 183.

2 . المرجع السابق, ص 14 .

3 . سورة الأحزاب, آية 21.

سعة الإطلاع, فمقدم البرامج الإسلامية يجب أن يكون ذا اطلاع واسع في مختلف العلوم وأن يكون ذا ثقة واسعة تمكنه من مجاراة كل ما يطرأ في برنامجه وأن يكون ملماً بعادات وتقاليد المجتمع الذي يقدم فيه برنامجه.

أن يكون متفقهاً في أمور دينه يحفظ من آي الذكر الحكيم والحديث الشريف وملماً بعلم التفسير وعلم الحديث والحدود في الإسلام وكل ماله علاقة بالفقه الإسلامي أي محيطاً بعلوم الشريعة الإسلامية.

الخيال الواسع والقدرة على التركيز والخبرة الواسعة في العمل في التلفزيون ليتمكن من تجاوز المعضلات التي قد تطرأ في أثناء بث البرنامج أو لمعالجة الأحداث الفورية التي قد تدخل ضمن البرنامج كما يساعد التركيز في لم أطراف الحديث وفقرات البرنامج من دون تشتت يقلل من قيمة البرنامج.

النطق السليم والصوت الهادئ المقبول إذاعياً والشكل المحبب إلى الجمهور والتمكن من لغة الإذاعة, فكل هذه الأمور تخلق صلة بين الجمهور ومقدم البرنامج مما يسهم في نجاح ذلك البرنامج.

أن يكون ملماً بفنون الدعوة الإسلامية وأساليبها.

المبحث الثالث

الضوابط الشرعية في استخدام شبكة المعلومات العالمية

مقدمة:

يرى الباحث بأن العالم العربي والإسلامي على وجه الخصوص يعاني من قصور في استخدام الوسائل المستحدثة وبعيدة كل البعد عن مواكبة الحضارة والتكنولوجيا بكافة وسائلها, وخاصة ما يتعلق بعلم الاتصال, فلا غرابة في هذا القصور لتملك الدولة في الأردن على كافة ما يتعلق بالإعلام والاتصال والشبكة العنكبوتية فهم كحارس البوابة يعطي من المعلومات مايشاء وإن كان لا يرغب فيها الجمهور ويخفي القدر الكبير من المعلومات الحديثة في شتى المجالات عن الجمهور مع أنه بحاجة ماسة لها. فالسيطرة على الشبكة العنكبوتية من قبل الحكومة تجعل إعلامنا ضعيفاً وحصولنا على المعلومة أضعف واستخدام عقولنا في التفكير والتطور والتقدم يكاد يكون شبه معدوم, و لربما موقف بعض الإسلاميين من هذه الشبكة بظنهم أن ما يقدم فيها هي أمور لا تحث إلى الدين والعقيدة بشيء فهناك تحفظ من شريحة كبيرة على استخدامه حتى لايدخل في متناقضات تجعل من الإنسان سخرة للآخرين وكأن استخدام هذه الشبكة في نظرهم محرم شرعاً, ولكن الإسلام بأحكامه الفقهية القولية والعملية لا يحرم شيئاً من الأجهزة قديماً أو حديثاً, فأصل الأشياء الإباحة ما لم يرد دليل على تحريمه, ولكنه جعل لاستخدامها ضوابط حتى لا تفلت الأمور وتخرج عن مضامينها الشرعية والتي تجعل لها قيمة علمية يرجع إليها الجمهور في كثير من المسائل سواء كانت مقروءة أو مرئية أو مسموعة, أو مخاطبة مع العلماء والدعاة

والمفكرين في حل كثير من المشاكل التـي تعـترض طريـق الجمهـور سـواء كـان طالبـاً للعلم أو باحثاً أو عالماً أو مسؤولاً, فأي وسيلة نص الشارع على مشروعيتها أو أمر بها أو أذن باستخدامها فهي وسيلة مشروعة بحسـب درجـة مشروعيتهـا مـن وجـوب أو ندب أو إباحة[1].

أولاً: الضوابط الشرعية العامة في استخدام الإنترنت

صدق النية ونقاؤها: أهم ما يميز الأفعال هو انعقاد النية والتي موضعها القلب على إتيانها, وفي ذلك ما ورد في صحيح البخاري بقول الرسول صلى اللـه عليه وسلم: (إنما الأعمال بالنيات وإنما لكل امرئ ما نوى...)[2].

ووضع الفقهـاء قاعـدة فقهيـة مسـتنبطة مـن هـذا الحـديث مفادهـا أن الأمـور بمقاصدها, فإذا كان مستخدم شبكة الإنترنت نوى بفعله أمراً محرماً كـان اسـتخدامه لشبكة الإنترنت محرماً, وإذا كانت نيتـه في الاسـتخدام لأمـر مبـاح جـاز فعلـه وكـان مباحاً[3].

ويقول عبد الكريم زيدان و الفعل يتكيف حكمـه في أحكـام الـدنيا بنـاءً عـلى قصـد صاحبه[4].

---

1 . محمد أبو الفتح البيانوني: بصائر دعوية (القاهرة – مصر: دار السلام, 2002م) ص 86.

2 . محمد ناصر الدين: مختصر صحيح بخاري, كتاب بدأ الوحي, ط1(بيروت-لبنان: المكتب الإسـلامي للنشر) ص3.

3 . جلال الدين عبد الرحمن السيوطي : الأشـباه والنظـائر في قواعـد وفـروع فقـه الشـافعية "الأمـور بمقاصدها" (بيروت – لبنان: دار الكتب العلمية, 1983م) ص8- 50.

وأيضاً. تاج الدين عبد الوهاب بن علي ابن عبد الكافي السبكي: الأشباه والنظائر, تحقيق: عـادل أحمـد وعلي محمد, ج1 (بيروت – لبنان: دار الكتب العلمية, 1991م) ص54- 59.

4 . عبد الكريم زيدان: الوجيز في شرح القواعد الفقهية (دمشق – سوريا: مؤسسة الرسـالة نـاشرون, 2009م) ص16.

فكل مسلم ومسلمة وجب عليه عند استخدام شبكة الإنترنت أن ينتفع بما فيها من معلومات على مستوى الدعوة إلى اللـه أو التعريف بالإسلام دعوياً وإعلامياً, أو التواصل مع الآخرين, للحصول على الفائدة المرجوة التي لا تتعارض مع شرع اللـه تعالى.

الالتزام بالآداب والتي دعا إليها الإسلام: ضمن ضوابط الأخلاق والآداب, كعدم الدخول إلى المواقع المشبوهة كمواقع المجون والفسق والفجور, والابتعاد عن التحدث بأعراض الناس أو قذفهم, يقول اللـه تعالى: ﴿قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّيَ الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَنَ وَالْإِثْمَ وَالْبَغْيَ بِغَيْرِ الْحَقِّ وَأَنْ تُشْرِكُوا بِاللـهِ مَا لَمْ يُنَزِّلْ بِهِ سُلْطَاناً وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللـهِ مَا لا تَعْلَمُونَ﴾[1].

وأن لا يتلفظ إلا بالطيب عملاً بحديث المصطفى محمد صلى اللـه عليه وسلم: (الكلمة الطيبة صدقة)[2].

أداء الفرائض في أوقاتها: كالصلاة مثلاً, يقول اللـه تعالى: ﴿حَافِظُوا عَلَى الصَّلَوَاتِ وَالصَّلاةِ الْوُسْطَى وَقُومُوا لِلَّهِ قَانِتِينَ﴾[3].

وذهب بعض علماء المسلمين إلى أن من يسمع النداء ولم يقم إلى الصلاة فقد تكبر على اللـه ووقع عليه غضبه وعذابه[4].

---

1 . سورة الأعراف, آية33.

2 . محمد بن اسماعيل البخاري: صحيح البخاري, ط2, م. س. ذ, باب الإصلاح بين الناس, رقم الحديث, 6023 ، ص 1501.

3 . سورة البقرة, آية 238.

4 . عبد القادر الجيلاني:الفتح الرباني والفيض الرحماني (بيروت – لبنان: دار العلوم الحديثة, بلا تاريخ) ص144.

لذا وجب على مستخدم شبكة الإنترنت أن لا ينشغل عن طاعة اللـــه وعبـادة اللـــه وأداء الفرائض في أوقاتها المحددة أثناء استخدامه للشبكة, عملاً بقوله تعالى: ﴿رِجَـالٌ لا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَلا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللـهِ وَإِقَامِ الصَّلاةِ﴾[1].

الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر: واجب على جميـع المسـلمين كـلٌ حسـب موقعـه فمستخدم شبكة الإنترنت عليه واجب إنكار المنكر الذي يعرض عبر الشـبكة ويحـذر منه, وأن يأمر بالمعروف بالوسائل والطرق التي بينها نبي الهدى محمـد صـلى اللـــه عليه وسلم بقوله: (من رأى منكم منكراً فليغيره بيده, فإن لم يستطع فبلسانه, فإن لم يستطع فقلبه وذلك أضعف الإيمان) "رواه مسلم"[2].

العمل وفق القاعـدة لا ضرر ولا ضرار: بمـا ورد عـن رسـول اللــه صـلى اللـــه عليـه وسلم (لا ضرر ولا ضرار)[3].

فوفق هذه القاعدة على مستخدم شـبكة الإنترنـت أن لا يوقـع الضرر بـالآخرين, ولا مقابلة الضرر بمثله.

درء المفاسد أولى من جلب المصالح: يجب على مستخدم شبكة الإنترنت أن لا يترتـب عليه مفسدة يكون ضررها أبلغ من المصلحة المتحققة من ذلك الاستخدام[4].

---

1 . سورة النور, آية 37.

2 . الإمام أبي الحسين مسلم بن الحجاج بـن مسـلم القشـيري النيسـابوري, الجـامع الصـحيح صـحيح مسلم, م1, ج1, كتاب الإيمان, باب كون النهي عن المنكر من الإيمان وأن الأمر بالمعروف والنهـي عـن المنكر واجبان (الرياض-السعودية: رئاسة البحوث العلمية والإفتاء... بدون طباعة) ص50.

3 . مالك بن أنس أبو عبد اللـه الأصطحي: الموطأ, تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي (القـاهرة – مصر: دار إحياء التراث العربي, بلا تاريخ) 745/2.

4. محي هلال السرحـان: القواعـد الفقهيـة ودورهـا في اثـراء التشريعـات الحديثـة، م. س. ذ, ص14، وذهب إلى ذلك العز بن عبد السلام وهو أحـد الفقهـاء المسـلمين, إلى أن الفقـه كلـه يـرد إلى قاعـدة واحدة هي: اعتبار المصالح ودرء المفاسد.

وذهب بعض علماء المسلمين إلى أن المصلحة والمفسدة إذا تقابلا في أمر فلابد أن تكون الغلبة لأحدهما, فيصير الحكم للغالب[1].

فعلى مستخدم شبكة الإنترنت أن لا يتحدث بمعلومة إلا بعد أن يتحقق من صحتها وأنها تصلح أن تنشر, وأنها لا تضر بالإسلام والمسلمين.

عدم سب الآخرين: المسلم حريص على ألفاظه وأفعاله وتعامله مع الآخرين فلا يغضب لأتفه الأسباب وخاصة عند استخدامه لشبكة الإنترنت, فيسب الآخرين من المسلمين أو غيرهم, فقد نهى الله سبحانه عن الشتم بقوله: (لاَّ يُحِبُّ اللـهُ الْجَهْرَ بِالسُّوَءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلاَّ مَن ظُلِمَ وَكَانَ اللـهُ سَمِيعاً عَلِيماً)[2], وكذلك نهى نبينا محمد صلى الله عليه وسلم عن السباب والشتم من حديث عبد الله بن عمرو بن العاص أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال:- (من الكبائر شتم الرجل والديه قالوا: يا رسول الله, وهل يشتم الرجل والديه؟ قال: نعم, يسب أبا الرجل فيسب أباه, ويسب أمه فيسب أمه)[3].

مجاهدة المشركين: على المسلم المستخدم لشبكة الإنترنت أن يبذل قصارى جهده في الدفاع عن الإسلام والمسلمين ومجابهة المشركين أعداء الله وخاصة من يسيء إلى هذا الدين الإسلامي, أو بنبيه محمد صلى الله عليه وسلم بشتى الوسائل وأن يبذل المال

---

1. أبي عبد الله شمس الدين محمد بن أبي بكر الشهير بابن قيم الجوزية: مفتاح دار السعادة ومنشور ولاية العلم والإرادة, ط3 (الإسكندرية – مصر: مكتبة حميدو, 1979م) ص 343.
2 . سورة النساء, آية 148.
3 . الإمام مسلم, مرجع سبق ذكره, كتاب الإيمان, باب بيان الكبائر وأكبرها, م1, ج1, ص64-65.

مـن أجـل ذلـك, لقولـه تعـالى: ﴿يَـا أَيُّهَـا النَّبِـيُّ جَاهِـدِ الْكُفَّـارَ وَالْمُنَـافِقِينَ وَاغْلُـظْ عَلَيْهِمْ وَمَأْوَاهُمْ جَهَنَّمُ وَبِئْسَ الْمَصِيرُ﴾[1].

وكلمة الجهاد التي وردت في القرآن الكريم تفسر على ثلاثة وجوه: منها جهاد الكفـار والمنافقين بالقول[2].

التحقق من مصداقية المعلومة التي ترد قبل إشاعتها وتناقلها: على المسلم المستخدم لشبكة الإنترنت أن يتأكد من صحة المعلومة التي يجهل مصدرها قبل إشـاعتها عمـلاً بقوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَـةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ)[3].

الالتزام بمناهج الدعوة: فهي خير وسيلة للداعي إلى الـلـه على بصـيرة أن يقـوم بـأمر الدعوة إلى الـلـه من خلال شبكة الإنترنت لأنها شبكة عالمية لها الكثير مـن الجمهـور المستخدم بأسلوب مفهوم واضح بعيـداً عـن التعقيـد أو التنطـع بكـل يسر وسـهولة مبشراً لا منفراً, داعياً إلى الـلـه بالحكمة والموعظة الحسنة امتثالاً لقوله تعـالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَـنُ إِنَّ رَبَّـكَ هُـوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾[4].

---

1 سورة التوبة, آية 73.

2 . هارون بن موسى: الوجوه والنظـائر في القـرآن الكـريم, تحقيـق: حـاتم صـالح الضـامن (بغـداد – العراق: دار الآثار والتراث, 1988م) ص319.

3 . سورة الحجرات, آية 6.

4 . سورة النحل, آية 125.

وأن يستخدم جانب اللين في دعوته ويبتعد عن الغلظة ممتثلا لقوله تعالى في أمره لموسى وهارون عليهما السلام: ﴿اذْهَبَا إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى(43) فَقُولَا لَهُ قَوْلاً لَيِّناً لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى (44)﴾[1].

ويرى الباحث من خلال ذلك أن هناك شروط للداعية للعمل بالدعوة إلى الله ذكرها في فصول أخرى من هذا البحث.

أن يكون مع المرأة محرم: وهذا ما دعا إليه الرسول صلى الله عليه وسلم, وللعلماء فتاوى حيال استخدام المرأة لشبكة الإنترنت, الشبكة العالمية, مثل استخدام المحادثة, وأن يكون ذلك الاستخدام مبنياً على الضرورة[2].

فالإنترنت من الوسائل التكنولوجية المعاصرة, وهي أهمها وأخطرها, وهي وسيلة علمية فنية تكون من خلال جهاز الكمبيوتر, وانتشرت أكثر من أي وسيلة, وأصبح الشباب والشابات والكبار يعيشون معها ومع مفاهيمها وحضارتها, وهي أخطر من التلفاز, إلا أن المسلم يستطيع أن يستغلها كوسيلة دعوية, وذلك من خلال مخاطبة جميع المشتركين ببعث رسائل لهم, فينقل إليهم من خلال موقعه كل أمور الإسلام بطريقة سهلة ويسيرة لا يتعرض فيها إلى حرج أو ضيق من خلال الحكومات العلمانية[3].

---

1 . سورة طه, آية 43- 44.

2 . عادل المطيرات: حكم الدردشة إذا كانت نصية, شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت), الرابط: (http://ftawa.ws).

وأيضاً أحمد الحجي الكردي: حديث الجنسين على الإنترنت, شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت), الرابط: (http://www.islamic-fatwa.com).

3 . كامل الشريف، جمعة حماد، نصوح المجالي، إبراهيم زيد الكيلاني، مؤتمر الوعظ والإرشاد السنوي الأول ،1982 م، ص 108- 109.

والإنترنت شبكة تضم مجموعة عالية من مصادر المعلومات وهي ضخمة لدرجة أن أحداً لا يستطيع استيعابها بمفرده, يعد أول ظهور لها في السبعينات حيث بدأت بشبكة أنشأتها وزارة الدفاع الأمريكية واسمها اربانت[1].

فوائد الإنترنت:[2]

وفرة المعلومات في شتى حقول العلم والمعرفة وقراءة كل ما ينشر في المجلات والصحف الصادرة في مختلف أنحاء العالم.

توظيف العلم والمعرفة لصالح الإبداع والتقدم العلمي وتنمية القدرات العقلية.

القدرة على التعامل مع الكم الهائل من المعلومات بشكل علمي قائم على الاستنباط والاستنتاج والتحليل.

قراءة مختلف أنواع الكتب الإلكترونية وزيادة مواقع المكتبات والتعرف على البلدان والمدن, والشخصيات والإعلام.

الاستمتاع بالهوايات والترويح عن النفس.

تحميل البرامج وتحديثها بأقل تكلفة بالإضافة إلى الخدمات الواسعة في شتى مجالات الحياة العلمية والأدبية والإلكترونية.

---

1. زينب محمد عبد المنعم, د.رشا محمود سامي: تخطيط البرامج الإعلامية للطفل, ط1، (القاهرة – مصر: عالم الكتب، 2012م), ص114.
2 . زينب محمد عبد المنعم و رشا محمود سامي:المرجع السابق ، ص 114.

أصبحت الحكومة تدير الكثير من أعمالها عن طريق الإنترنت وربط كافة المؤسسات الحكومية والوزارات والقطاع العام بأجهزة الكمبيوتر والإنترنت, وهذا ما يطلق عليه الآن في عصرنا هذا الحكومة الإلكترونية.

ويقول محمد عبد الحميد عن فوائد ومزايا الإنترنت والوسائل الجديدة:- لا خلاف بين مستخدمي الإنترنت والوسائل الجديدة في أنها قفزت في مجال المعلومات والمعرفة والخدمات والتواصل الاجتماعي بخطوات سريعة وبعيدة وبصفة خاصة وسائل التواصل الاجتماعي من أدوار في كسر القيود على حرية التعبير والتواصل ونشر أفكار التطوير والتغيير بين الأفراد وبين الشعوب المختلفة والتوسع في مصادر المعلومات والمعرفة المتاحة على الشبكة وسبل الوصول إليها لحظياً وبسهولة من خلال محركات البحث والمواقع الإعلامية والمواقع التعليمية والترفيهية, بجانب المواقع التجارية والإعلانية والمواقع المتخصصة في المعرفة والمهارات المختلفة التي تلبي حاجات متعددة للمستخدمين والزائرين للمواقع المتاحة على هذه الشبكة.

ويتيح لهم نفس الإفادة بالتخزين والتحميل واستعادتها مرات أخرى [1].

مضار الإنترنت:[2]

وكما يقول محمد عبد الحميد بأن الدراسات والبحوث التي اهتمت بسلبيات استخدام الكمبيوتر وشبكة الإنترنت منها:

---

1 . محمد عبد الحميد: التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، ط1 (القاهرة – مصر: عالم الكتب، 2012م)ص 30- 31.

2 . زينب محمد عبد المنعم و رشا محمود سامي: تخطيط البرامج الإعلامية للطفل، م. س. ذ، ص 116- 117.

المواقع الإباحية الموجودة على الشبكة, حيث الأفلام الخليعة, والصور العارية وهذا ما يشكل أكبر خطر على أخلاقيات الشباب والمراهقين من الجنسين على حد سواء.

ترويج الأفكار الضالة والمضللة وهو ما يؤدي إلى انحرافات فكرية لدى الشباب ممن لا يملكون فكراً خلاقاً وثقافة محصنة, أو يفقدون الرؤية الفلسفية للدين والحياة.

عدم استغلال أمثل للإنترنت حيث يتم الجلوس بالساعات على برنامج المحادثات بدون فائدة حيث... ضياع الوقت والجهد والانشغال عن القيام بالأعمال الضرورية, أو القيام بالمسؤوليات.

انتشار الفيروسات التي تخرب البرامج الموجودة بالجهاز وقلة الأمان والسرية.

وكما يقول عبد الحميد عن مخاطر وأضرار الإنترنت الناتجة عن الاستخدامات السلبية لشبكة الإنترنت والمواقع المتاحة عليها, حيث لا قيود أو ضوابط للنشر والإتاحة في شتى المجالات والموضوعات وخاصة ما يتعلق فيها بالتربية والتنشئة الاجتماعية للصغار والانحراف بها عن ما يتفق مع المعايير والضوابط الاجتماعية والتقاليد والأعراف والشرائع والعقائد التي تتفق عليها وتؤمن بها الشعوب والجماعات وهو ما يظهر في التأثيرات السلبية لاستخدام هذه الشبكة والمواقع المتاحة عليها[1]

---

1 . محمد عبد الحميد: التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، م. س. ذ، ص 31.

وهناك تأثيرات سلبية لاستخدام الكمبيوتر وشبكة الإنترنت منها:

تزييف المعلومات والتضليل الإعلامي... وهي مقصودة ومتعمدة مثل سرقة المعلومات الشخصية, أو تزوير الوثائق الشخصية وغيرها.

المشاركة بالمعلومات الزائفة أو الخاطئة... سواء كانت متاحة مجاناً أو بمقابل مدفوع, والأخطر هو نسبة الأعمال والمنتج أو المحتوى لغير أصحابه.

انتشار المواقع الجنسية ومواقع القمار والرهان... مما يثير اهتمام التربويين ويتصدر أجندة القضايا التي تعاني منها الأسرة والمدرسة.

تأثيرات إدمان استخدام الإنترنت لأوقات طويلة والغفلة عن الأخطار والأضرار التي تترتب على الإفراط في الاستخدام والتجول بين المواقع في جلسات طويلة وبصفة يومية... مما يترتب عليه من المشكلات الصحية, والاجتماعية, والأسرية بجانب المشكلات في العمل أو الدراسة.

ضوابط الدعوة إلى الله تعالى من خلال الإنترنت:

لا شك أن من أهم وأبرز وأولويات التعامل مع شبكة الإنترنت في الدعوة إلى الله تعالى التأكيد على حُسن توظيفها في هذا الشأن العظيم، ومواكبة تطوراتها المُتسارعة، والعمل الجاد على استثمارها الإيجابي والفاعل في هذا الشأن تبليغاً لهذا الدين، وإيصالاً لرسالته الخالدة إلى الآخرين في كل مكان، لاسيما وأن شبكة الإنترنت تُعد كما يقال:سلاحاً ذا حدين، ووسيلَة ذات وجهين متعارضين.

ولعل ذلك راجعٌ إلى أن فيها عوامل الهدم وعوامل البناء، وأسباب الهداية ودواعـي الإغواء؛ فكان لابُد من توافر بعض الضوابط التي لا بد من مراعاتها عند القيام بمهمـة الدعوة إلى الـلـه تعالى من خلال شبكة الإنترنت، إذ إن هناك بعض المفاهيم والآليات والمحددات والضوابط التي لا يمكن أن تنجح عمليـة تقـديم هـذه الـدعوة إلى الـلــه تعالى بدونها. ومنها ما يلي:

(1) إخلاص النية أثناء القيام بعملية الدعوة إلى الـلـه تعالى، والحرص عـلى أن يكـون العمل خالصاً لوجه الـلـه تعالى، بعيداً عن الأغـراض الشخصـية والخلافـات المذهبيـة والعقائدية، وخاليـاً مـن أي أهـدافٍ أو غايـاتٍ أُخـرى تُفسـده أو تـؤثر عـلى جديتـه واستمراريته تحقيقاً لما صحّ عن النبي صلى الـلـه عليه وسلم أنـه قـال:)إنَّمـا الأعـمالُ بالنِّيَّات، وإنما لكلِ امرئ ما نوى)[1].

(2) الحرص أثناء القيام بمهمة الدعوة إلى الـلـه تعالى على نفـع النـاس، وحُـب الخـير لهم، ودلالتهم على سبيل النجاة؛ أن رسول الـلـه صلى الـلـه عليه وسـلم قـال: لمـا في ذلك من عظيم الأجر وجزيل الثواب(من سنّ في الإسـلام سـنة ً حسـنة فلـه اجرهـا و اجر من عمل بها بعده من غير ان ينقص من أُجورهم شيء و من سنّ في الإسلام سنة سيئة كان عليه وزرها و وزر من عمل بها من بعده من غير ان يـنقص مـن اوزارهـم شيء.)[2]

(3) الانطلاق في مهمة الدعوة إلى الـلـه تعالى من منطلق أن دين الإسلام دينٌ مُسـالم

---

1 . محمد ناصر الدين الألباني: مختصر صحيح البخاري, كتاب بدء الوحي, باب كيف كان بدء الوحي, حديث رقم1, ط1, (بيروت- لبنان: المكتب الإسلامي 1394ه- 1994م), ص3.

2 . الامام مسلم - الجامع الصحيح ،م.س.ذ ، م2 ، ج 3 ، كتاب: الزكاة ،باب :الحث عـلى الصـدقة ولـو بشق تمرة أو كلمة طيبة وأنها حجاب من النار ، ص 87 .

وشـاملٌ ومُنفـتحٌ عـلى الآخـرين، فهـو غـير رافـضٍ للحضـارة، أو المدنيـة، أو التطـور فالحكمة ضالة المؤمن أنى وجدها فهو أحقُ بها، ولكنه يشـترط في الحضـارة أن تكـون نافعـةً للنـاس، ومُنضـبطةً بضـوابط الـدين الإسـلامي الحنيـف الـذي يُعـد المـنهج أو المذهب أو النظام الوحيد في العالم الذي مصدره كلمات اللـه وحدها، غير مُحرفةٍ أو مُبدلةٍ، ولا مخلوطةٍ بأوهام البشر، وأغلاط البشر، وانحرافات البشر.

(4) التأكيد على توافر المعلومـات الصـحيحة والكافيـة عـن ديـن الإسـلام عـلى هـذه الشبكة؛ شريطة أن تكون صادرةً عن دعاةٍ موثوقين، أو مؤسساتٍ دعويةٍ موثوقـة، إذ إن الحاجة ماسةٌ لأن تكون المعلومات عن الدين الإسلامي مُتيسرةً لكل من يطلبها أو يسأل عنها.

(5) الاهتمام بحُسن اختيار الدعاة إلى اللـه تعالى من المؤهلين علمياً ومعرفيـاً، وهـو ما لا يُمكن أن يتحقق إلا بحُسن إعدادهم وتأهيلهم وتدريبهم لهذا الشـأن؛ فالـدعوة في هذا العصر في حاجةٍ ماسةٍ إلى الداعية المُخلص والمؤهـل علميـاً وتقنيـاً، بمعنـى أن يكون مُلماً بالعلم الشرعي الصحيح، وأن يكون في الوقت نفسه قـادراً عـلى اسـتخدام مختلف الوسائل الحديثة، والتعامل معها، وتوظيفهـا لخدمـة الـدعوة، وبـذلك يمكـن تبليغ الدعوة إلى اللــه تعـالى وإيصـالها إلى الآخـرين في كـل مكـان بوسـائل جذابـة، وأساليب مُقنعة، وطرائق مختلفة.

(6) أن يكون الخطاب الدعوي للآخرين ولاسـيما عـبر شـبكة الإنترنـت مناسـباً لهـم، ومتوافقاً مع حاجاتهم، ومراعياً لظـروفهم؛ فلـيس صـحيحاً أن يُخاطـب النـاس كلهـم بطريقةٍ واحدةٍ وأُسـلوبٍ واحـد؛ إذ إن مـن المشـكلات القائمـة أن كثـيراً مـن المواقـع

الدعوية الإسلامية التي في الساحة الآن تُقدم الخطاب الإسلامي المعهود الذي كان مُستخدماً في الكُتب أو الصحف أو في المُحاضرات والدروس والخُطب؛ ولم يتم توفير خطابٍ خاصٍ بالوسيلة الجديدة الإنترنت يُراعي خصوصيتها، ويستفيد من إمكاناتها، فلا يصح أن يُكتفى بوضع نسخةٍ كاملةٍ من كتاب تفسيرٍ أو حديثٍ أو ما شابه على الموقع؛ لأن المطلوب هو توصيل الفكرة أو المعلومة باستخدام إمكانات الإنترنت الكبيرة والمتنوعة[1].

1 . سلطان العمري: الدعوة إلى الله تعالى من خلال الإنترنت.

http:/said.net/afkar/Internet.htm

المبحث الرابع

وظائف الإعلام الإسلامي وأهدافه

الإعلام الإسلامي:- هو كل قول او ممارسة إعلامية، منضبطة بضوابط الشريعة، دون أن يكون هناك نص ديني يأمر بها مباشرة[1].

وهو فن إيصال الحق للناس بقصد اعتناقه والتزامه, وفن كشف الباطل ودحضه بقصد اجتنابه, فهو بناء وتحصين[2].

فمفهوم الإعلام الإسلامي يتضمن:- تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة أو من خلال وسيلة إعلامية عامة بوساطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها, وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعنى بالحقائق الدينية وترجمتها في سلوكه ومعاملاته[3].

إن مفهوم الإعلام الإسلامي:- إعلام عام في محتواه ووسائله يلتزم في كل ما ينشره أو يذيعه أو يعرضه على الناس بالتصور الإسلامي للإنسان والكون والحياة المستمدة أساساً من القرآن الكريم وصحيح السنة النبوية وما ارتضته الأمة من مصادر التشريع في إطارها[4].

---

1 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذ، ص38.

2 . سيد محمد ساداتي الشنقيطي : مكانة وسائل الإعلام الجماهيرية في تحقيق وحدة الأمة، ط1 (الرياض – السعودية: دار عالم الكتب، 1997م) ص22.

3 . محي الدين عبد الحليم: الإعلام الإسلامي, الأصول والقواعد والأهداف (مؤسسة إقرأ الخيرية، 1992م) ص54.

4 . محمد محمد يونس: وظائف الإعلام الإسلامي, ورقة مقدمة إلى ندوة: "الإعلام الدولي وقضايا العالم الإسلامي" (القاهرة – مصر: 1998م) ص 28- 29.

كما يعرف الإعلام الإسلامي بأنه:- استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم متفقهون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ والمثل للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لأحداث التأثير المطلوب[1].

الإعلام الإسلامي:- هو عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي وتؤدي جميع وظائفه المثلى، الإخبارية، والإرشادية, والترويجية, على المستوى الوطني والدولي والعالمي، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها وفيما يصدر عنها من وسائل ومواد إعلامية وثقافية وترويجية وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامة[2].

فالإعلام الإسلامي يتسم بالاستقلالية والحرية ويبتعد تماماً عن المداهنة والتحيز، ولايمكن أن يكون في يد السلطة للتحكم في الناس أو التمويه عليهم أو تسخيرهم واللعب بعقولهم على نحو ما يحدث من دعايات في النظم السياسية الطغوانية التي تجعل الإعلام أداة للضغط والقسر والإلزام وهو ما يسمى بالإعلام الإستمالي أو التطويعي لتسخير الجماهير لتنفيذ سياسات معينة، ومنه يمكن أن نشبه النظام

1 . عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، ط1 (بيروت – لبنان: عالم الكتب، 1985م) ص29.

2 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي, م. س. ذ، ص44.

الإعلامي بالنظام القضائي يستمد قوته وصلاحيته من التشريع الإسلامي مباشرة وإن كان تنظيمه الإداري ومصادره المالية من السلطة الحاكمة ومن هنا يطلق عليه السلطة الرابعة[1].

والإعلام الإسلامي بدأ منذ بداية دعوة نبينا محمد صلى عليه وسلم, قال تعالى: ﴿هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولاً مِّنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوامِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ﴾[2].

لقد وجه الأمر بالإعلام عن هذا الدين وتبليغ البشرية إلى الرسول محمد صلى اللـه عليه وسلم للدعوة في سبيل اللـه بالحكمة والموعظة الحسنة، فكان أمراً للناس جميعاً بعموم التكليف والإقتداء بالرسول صلى اللـه عليه وسلم[3].

فالقرآن الكريم هو الرسالة الإعلامية المقدسة، وهو معجزة الإسلام الخالدة، وهو الدستور الشامل الجامع المنظم لشؤون المسلمين في الأمور كلها، ومن ثم هو المرجع الرئيسي للنشاط الإعلامي، ينظم للدعاة خططهم، ويحدد مجالات نشاطهم، وتحقيق أهدافهم ويستطيع القائم بالاتصال أن ينهل منه ليدعم الحقيقة ويستعين في معالجة قضايا المجتمع المعاصرة[4].

والحقيقة أن الجهود الإعلامية التي أنجزها رسول اللـه صلى اللـه عليه وسلم لتكون أصولاً للإعلام الإسلامي، تؤكد هذه الجهود الدور الكبير الذي اطلع به الإعلام في

---

1 . المرجع السابق، ص49.

2 . سورة الجمعة، آية 3.

3 عبد العزيز شرف: السيرة النبوية والإعلام الإسلامي (القاهرة – مصر: مكتبة مصر، 1977م) ص34.

4 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذ، ص53.

هذا الصدد، وهي محل اهتمام الخبراء والباحثين، وقد حدد اللـه تعالى له ركائز هذا المنهج في كلمات وثيقة واضحة لا تحتمـل لبسـاً ولا غموضـا في العديـد مـن الآيـات الكريمة, منها قوله عز وجل: (يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا)[1].

وغيرها من الآيات الكثيرة التي تصلح أن تكون أصلاً من أصول الإعلام الإسلامي[2].

وعندما يكون الإعلام إسلامياً, فإن المشرفين عليه يستندون إلى أحكام الشرع في كل ما يقال ويعلن, ولذلك فإن من يكون همه حمل الرسالة السامية إلى العالم لـن يجـد الوقت الكافي لديه لنشر المهاترات وسفاسف الأمور لملئ الفراغ أو لإلهـاء الرعيـة, ولا فراغ عند الوسيلة الإعلامية, والإعلام الإسـلامي لا يكـذب, ولا يتملـق, ولا يحـرف, ولا يتلوَن, ولا ينافق, ولا يستجدي, ولا يخشى في الحـق لومـة لائـم, وهـو بالتـالي يعلـم الناس القيم والفضائل, ولا ينشر الفضائح والرذائل, وإنمـا يعمـل عـلى نشر الفضـيلة, ويعمل على احترام عقول الناس, ويحترم العادات والمشاعر التـي تنسـجم مـع الشرع الإسلامي, وهو يقف مع المظلومين, ويحاسب المسؤولين[3].

وللإعلام الإسلامي وظائف: كما يقول منتصر حاتم حسين منها:

وظيفة دعوية: وهي جزء من الأمانة التي تحملها أمة محمد صلى اللـه عليه وسلم ﴿قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللـهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا

1 . سورة المائدة, آية 67.

2 . محي الدين عبد الحليم: إشكاليات العمل الإسلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية , م. س. ذ، ص60-61.

3 . عابد الشعراوي: تدوين الفكر الإعلامي في العالم (بيروت – لبنان: دار النهضة الإسلامية, 1989م) ص141.

هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ فَآمِنُوا بِاللَّـهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيِّ الْأُمِّيِّ الَّذِي يُؤْمِنُ بِاللَّـهِ وَكَلِمَاتِهِ وَاتَّبِعُوهُ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ﴾[1].

ولقد أدى رسول اللـه صلى اللـه عليه وسلم الأمانة في عهده فقد أرسل الرسل لكسرى وهرقل والنجاشي وعظيم القبط وغيرهم داعياً إياهم إلى الإسلام وحملهم تبعات قولهم إن ردوا ورفضوا.

وظيفة إخبارية: وينقل الإعلام الإسلامي الأخبار والمعلومات والأحداث والوقائع, ويتبنى قضايا المسلمين ويبرزها ويحللها ويقدم الحلول المناسبة لها وفق المنظور الإسلامي مع الإهتمام بقضايا الأقليات المسلمة في العالم.

وظيفة علمية وتربوية: ترمي إلى الإرتقاء باهتمامات الناس والسمو بعقولهم ووجدانهم وسلوكهم, وتزويدهم بعلوم الشريعة وغيرها من العلوم النافعة, وإشاعة المفاهيم الإسلامية بمبادئها السامية وقيمها الرفيعة وغرس المعاني التربوية والأخلاقية التي جاءت بها الشريعة الإسلامية لبناء جيل قادر على النهوض برسالة الإسلام.

ورغم أن التعليم مسؤولية مؤسسات متخصصة إلا أن الإعلام الإسلامي يمكن أن يساهم في العملية التعليمية ويدعمها, فالمناطق النائية التي تفتقر للمدارس يمكن للإعلام "المرئي والمسموع" أن يؤدي إلى مهمة ممتازة في ذلك, وداخل المدن... والتلفاز... بشكل خاص, وسيلة إعلامية ممتازة قادرة على الإقناع والوصول للطبقات الجاهلة بشكل جيد.

---

1 . سورة الأعراف, آية 58.

وظيفة تثقيفية: الثقافة مفهوم واسع يتضمن معارف وعلوم متنوعة في الشأن السياسي والإقتصادي والإجتماعي والعسكري ويتضمن أخبار وتقارير ومعلومات قد تكون ذات فائدة, وقد تكون عامة النفع أو خاصة, وهي بمجملها تؤدي دوراً داعماً وتكميلياً لأمور أخرى وذات فائدة متفاوتة بحسب طبيعتها وأهميتها للمستقبل, والإعلام الإسلامي ينبغي أن يهتم بالثقافة العامة لأنها أصبحت أداة رئيسية ووسيلة لايستغنى عنها بالإعلام.

وظيفة اجتماعية: تعمل على بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة والمفكرة والمبدعة والقوية وبناء المجتمع المتماسك والمتكامل وتعميق الشعور الإنساني تجاه الآخرين مع بث روح الألفة والمودة, والتعارف والتآلف والإنسجام بين سائر المسلمين وتقوية الروابط الإجتماعية بينهم ومناصرة المستضعفين والعمل على إنصافهم, فالإهتمام بشؤون المسلمين أصل عظيم فمن لم يهتم بأمر المسلمين فليس منهم, والتأكيد على أن كرامة الإنسان مصانة وحرية الفكر مكفولة... وهذه الوظيفة تراعي أيضاً الجانب الترفيهي في الوسائل الإعلامية بما يتوافق مع الضوابط الشرعية[1].

وظيفة توعوية: بواقع الامة الإسلامية وما يحاك تجاهها من مؤامرات من أعداء الأمة في الخارج أو من أذنابهم في الداخل ويقتضي هذا بيان الدعوات التخريبية والمبادئ الداخلية كالتغريب والعلمانية والماسونية, وأيضاً التوعية بواقع الأمم الأخرى ذات العلاقة بالمسلمين وذات التأثير بقضايا المسلمين سواء في الجانب السياسي أو الإقتصادي.

---

1 . عبد الرحمن سلوم الرواشدي: تأصيل وتفعيل؛ كتاب الجهاد الإسلامي وكالة حق _ خاص.

وظيفة تنموية: المساهمة الفعالـة في تنميـة المجتمـع إقتصـادياً واجتماعيـاً وعـلى أسس سليمة راسخة تعتمد الأرقام والمعلومات وتؤدي دوراً موازياً ومكملاً لجهـود الدولة.

وظيفة تقويمية: تعيش المجتمعات الإسلامية في حركة يومية دائمة إما لكسب العـيش أو بنـاء الأمـة أو الإنطـلاق نحـو العـالم دعـوة وتبيـان, والنـاس في حـركتهم يصـيبون ويخطئون, يوفقون في بعض اجتهاداتهم أو يخذلون, وضـمن هـذه الأنشـطة يحتـاج الناس للتقويم والمراقبة سـواء في أمـور ديـنهم أو أمـور دنيـاهم ولعـل مـن وظـائف الإعلام الإسلامي التقويم لأداء الناس وأنشطتهم وأعمالهم وأقـوالهم وهـذا بـالطبع لا يأتي إلا إذا اعتلى منابر الإعلام أهل العلم والتقى والإيمان والصلاح.

وظيفة ترفيهية: الترفيه الهادف يروح عن النفس ويعدها لما يعدها من جهاد وبـذل, والبشر يصيبهم الملل والتعـب مـما يسـتدعي الترفيـه لإسـعاد الـنفس وبـث النشـاط فيها...[1].

أما أهداف الإعلام الإسلامي تتلخص في خمسة أهداف رئيسية وهي:

أولاً/ نشر عقيدة التوحيد:

العقيدة والعقائـد هـي: الأمـور التـي تصـدق بهـا النفـوس, وتطمـئن إليهـا القلـوب, وتكون يقيناً عند أصحابها, لا يمازجها ريـب, ولا يخالطهـا شـك, وعقـد الحبـل: وشـد بعضه , نقيض حله, ومادة "عقد" في اللغة معناهـا اللـزوم والتأكـد والإسـتبيان ففـي

---

1 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي, م. س. ذ, ص101- 104.

القرآن الكريم: ﴿لَا يُؤَاخِـذُكُمُ اللـهُ بِاللَّغْوِ فِي أَيْمَانِكُمْ وَلَكِنْ يُؤَاخِذُكُمْ بِمَا عَقَّدْتُمُ الْأَيْمَانَ﴾[1].

وتعقيد الإيمان إنما يكون بقصد القلب وعزمه, بخلاف لغو الحديث, ولغو اليمين, التي تجري على اللسان بدون قصد.

والعقود: أوثق العهود, ومنه قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ﴾[2].

وتقول العرب: اعتقد الشيء: صلب واشتد[3], جاء هذا في كتاب العقيدة في اللـه[4]. فالإعلام الإسلامي إعلام عقائد, ونشر عقيدة التوحيد أهم أهدافه, والعقيدة الإسلامية أو الأيديولوجية الإسلامية, وكذلك الفلسفة الإعلامية الإسلامية لابد إلا أن تعكس العقيدة الإسلامية, والإعلام الإسلامي يجعل همه توضيح زيغ وضلال العقائد الفاسدة غير عقيدة الإسلام, ويقع على عاتق الإسلام نقد العقائد الأخرى[5].

وعلى الإعلام الإسلامي_ حق يحقق أهداف نشر العقيدة الإسلامية_ أن يأخذ أن الإسلام هو المنهاج الصحيح للإنسان, لأنه هو الحق, ولا يصح له طريق آخر حقاً وعدلاً, قال تعالى: ﴿إِنَّ رَبَّكُمُ اللـهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ فِي سِتَّةِ أَيَّامٍ ثُمَّ

---

1 . سورة المائدة, آية 89.

2 . سورة المائدة, آية 1.

3 . ابن منظور: لسان العرب, م. س. ذ, 2 /836.

4 . عمر سليمان الأشقر: العقيدة في اللـه, ط10 (عمان – الأردن: دار النفائس, 1995م) ص11 ,12.

5 . محمد سيد محمد: المسؤولين الإعلاميين في الإسلام (القاهرة – مصر: مكتبة الخانجي, بلا تاريخ) ص 258.

اسْتَوَىٰ عَلَى الْعَرْشِ﴾[1], كما أن الإعلام الإسلامي من أهدافه ربط الجانب العاطفي الإسلامي بالجانب العقدي الروحي[2].

وفي مجال العقيدة: على الإعلام الإسلامي أن يؤثر في الناس, ويحارب في نفوسهم ما يذاع من الخرافات والأوهام, ويوجههم إلى العقيدة السليمة, لتقوى وحدة الأمة, ولتقوم على أساس الحق قوى الأركان, ثابت الدعائم[3].

والإعلام الإسلامي مناط به أن يساهم بوضوح في العمل من أجل تعميق مشاعر الولاء للإسلام, والإعتزاز بالهوية المميزة للأمة الإسلامية, والرغبة الصادقة في الإرتقاء بمستوى الأمة من حال الهوان والذل والتخلف إلى مرافئ العزة والتقدم بالقول, والعمل, والعاطفة, والعقل, ولابد أن يدافع الإعلام الإسلامي عن الإسلام عقيدة أو حضارة, وثقافة, ودافعاً, ورد كيد الأعداء عن الإسلام, وتفنيد الشبهات التي تلصق بغير وجه حق. وعلى الإعلام الإسلامي أن يذب عن العقيدة الإسلامية الحرب الإعلامية المعلنة عليها[4].

---

1 . سورة الأعراف, آية 54.

2 . نخبة المفكرين والكتاب, مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي, ط1 (الدوحة – قطر: رئاسة المحاكم الشرعية,1411هـ) ص 75.

3 . تيسير محجوب الفتياني: مقومات رجل الإعلام الإسلامي, م. س. ذ, ص 114.

4 . عبد القادر طاش: الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي, ط1 (الرياض – السعودية: مكتبة العبيكان, 1995م) ص44.

ومن أهداف الإعلام الإسلامي: أن يوضح أن العقيدة الإسلامية أساس التفكير والنظر, ولابد أن يكون الإيمان بها عن يقين وإقناع, لاعن تقليد وإتباع, ولذلك كان إيمان العقل مشكوكاً فيه[1].

ومن أهداف الإعلام الإسلامي: أن يقوم بإقناع المسلمين وغير المسلمين بهذه العقائد, حتى يكون الفرد راضياً بحياته الدنيوية, غير ساخط على الوضع الذي يعيشه إن كان فقيراً أو مريضاً أو محروماً من أي نوع من النعم, فهو وإن كان لذلك إلا أن يتمتع بغيرها, وعليه أن يحسن أخلاقه وسلوكياته حتى ينعم بالحياة الآخرة التي هي دار الخلود, والتي يكون النعيم فيها من أجل وأبهى الصور, حيث فيها مالا عين رأت, ولا أذن سمعت, ولا خطر على قلب أحد[2].

فالتبليغ هو من ضروب الإعلام, ونشر الدعوة من أولى واجبات الرسول صلى الله عليه وسلم, وهو واجب على الأمة الإسلامية, ويبقى بالتالي من أهداف الإعلام الإسلامي[3], قال تعالى: ﴿كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللهِ﴾[4].

ثانياً/ تقويم بنيان المجتمع:

لابد للإعلام الإسلامي أن يهتم بتقويم المجتمع وإصلاحه, والإعلام الإسلامي يستهدف ترقية اهتمام الناس, والسمو بعقولهم ووجدانهم وسلوكهم, وإشاعة

---

1 . محي الدين عبد الحليم: الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي (القاهرة – مصر: دار الفكر, بلا تاريخ) ص121.

2 . عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي, م. س. ذ ، ص96- 97.

3 . محمد عجاج الخطيب: أضواء على الإعلام في صدر الإسلام, ط1 (دمشق- سوريا: مؤسسة الرسالة, 1985) ص13.

4 . سورة آل عمران, آية 110.

الثقافة الإسلامية ومبادئها السامية وقيمها الرفيعة, ومحو الأمية وانضمامها فكراً ووجداناً وولاءً وتطبيقاً, مع بث روح الألفة والمودة والتعارف والتآلف والإنسجام بين سائر المسلمين وتبديد الفرقة فيما بينهم[1].

والإعلام الإسلامي هدف تنسيقي تضامني يعمل على تماسك الأمة الإسلامية واعتصامها بحبل الله تعالى جميعاً, فلا تفرقة ولا انقسام؛ بل تعاون على البر والتقوى, والتزام دائم بالقيم الإسلامية, ودعوة متجددة إلى التضامن, والتكافل, والتعاضد, والتكامل[2].

إن وسائل الإعلام أداة قوية لضبط المجتمع, ولذلك لابد أن يوجه الإعلام الإسلامي وسائل الإعلام ورعايتها, حتى تساهم في إنشاء مجتمع على الوصف الإسلامي, ومن ثم تتابع هذا المجتمع وتقويمه حتى لاينحرف عن أهدافه ومبادئه[3].

أن عصرنا الحالي هو عصر الإسلام, لا لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشر, بل لأن التكتيك الحديث في الإعلام قد بلغ غايات بعيدة جداً في سعة الأفق, وعمق الأثر, وقوة التوجيه[4].

والشائعات أكثر ما تستخدم في الأوضاع المتوترة من حيث يرى تجار الحروب والمنتفعون أو المتهورون بأن هذه فرصتهم للإيقاع بين الخصوم, فإن استعمال سلاح

---

1 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي, م. س. ذ, ص 79- 80.

2 . ابراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي (القاهرة – مصر: دار الفكر العربي, بلا تاريخ) ص32.

3 . عبد العزيز شرف: الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال (القاهرة – مصر: دار قباء , 1998م) ص25.

4 . الندوة العالمية للشباب الإسلامي : الإعلام الإسلامي والعلاقات العامة (الرياض – السعودية: شركة العبيكان للطباعة والنشر, بلا تاريخ) ص50.

الشائعات يعجل بطريقة أو بأخرى من إيقاع الحرب والصدام بين الفريقين المتصارعين, مما يؤدي إلى تقويض بنيان المجتمع, ولذلك يقع على عاتق الإعلام الإ سلامي- وفي سبيل تقويم بنيان المجتمع- أن يتصدى للرد على الشائعات بوصفها واحدة من الأسلحة التي استخدمت من قبل- ولاتزال تستخدم من قبل الإعلام المعاصر- بهدف تقويض بنيان المجتمع[1].

الإعلام الإسلامي بخلاف أي إعلام, وعلى وجه الخصوص الإعلام الدولي المعاصر إعلام إيجابي يصل بين الإنسان وخالقه, ويوضح حقائق الهداية ويوجه الإنسان إلى البناء من أجل الحياة الدنيا والآخرة[2].

ثالثاً/ توفير المعلومات الصحيحة:

تجمع الآراء على أننا نعيش اليوم مجتمع المعلومات, حيث لم تعد أهمية المعلومات في اتخاذ القرارات وحل المشكلات خافية على أحد, وتداول المعلومات في المجتمع ظاهرة غاية في التنوع والتعقد ,وبقدر ما يزداد فهمنا لها تزداد فعالياتها, ولايمكن لعلم المعلومات- الذي يرمي لتنمية قدرتنا على فهم ظاهرة المعلومات- أن يرسي أساساً راسخاً لتطوره إلا بتوسيع قاعدته المعرفية[3].

---

1 . سليم عبد الله حجازي: منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية, ط1 (جدة – السعودية: دار المنار, 1986م) ص59.

2 . عبد العزيز شرف: الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال, م. س. ذ, ص139.

3. حشمت فاسم: علم المعلومات بين النظرية والتطبيق (القاهرة – مصر: مكتبة غريب, بلا تاريخ) ص84.

وتـبرز أهميــة المعلومـات الصـحيحة التــي ينبغــي أن يوفرهــا الإعــلام الإســلامي, والمعلومات أصبحت إحدى ركائز حياتنا المعاصرة, ولكن هذه المعلومـات تصبح بـلا قيمة إذا لم تصل إلى مريديها في الوقت المناسب وبالقدر المناسب[1].

إن المعلومات في نظر الشخص العادي هـي: الرسـائل, والأنبـاء, والبيانـات, والمعرفـة, والوثائق, والإنتاج الفكري, والاستخبارات, والرموز, والإشارات, والتلميحـات, والأفكـار المفيدة, وكل ما تقوم بجمعه مراكز البحث وأجهزة الأمن. ومـن الصـعب إن لم يكـن من المستحيل حصر كل المحاولات لتعريف المعلومات, فهناك وفـق أحـد التقـديرات أكثر من أربعمائـة تعريـف للمعلومـات, أسـهم بهـا مختصـون ينتمـون إلى مجـالات مختلفة وثقافات وبيئات متباينة[2].

وهناك نماذج للمجالات التي يهدف علم المعلومات منهـا إلى زيـادة فهمنـا وإدراكنـا, تبرز حاجة الإنسان ألى المعلومات الصحيحة وأهمية هذه المعلومات, ومن المؤكـد أن المجتمـع المسـلم المعـاصر في حاجـة إلى المعلومـات الصـحيحة, وأن تـوفر لـه هـذه المعلومـات للجماعـة والأفـراد, ولـذلك أصـبح مـن أهـداف الإعـلام الإسـلامي تـوفير المعلومات الصـحيحة, التـي مـن شـأنها أن تسـاعد المجتمـع والجماعـات والأفـراد في التعامل وفق هذه المعلومات الصحيحة[3].

والإعــلام الإســلامي عــن طريــق كــل الوســائل الشرعيــة لابــد أن يــوفر المعلومــات الصحيحة في المجتمع المسلم وغير المسـلم, فالمعلومـات الصـحيحة تشـتمل عـلى كـل

1 . أحمد بدر: المدخل إلى علم المعلومات والمكتبات (الرياض – السعودية: دار المريخ للـنشر, 1985) ص347.

2 . المرجع السابق, ص17.

3 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي, م. س. ذ , ص85.

المباحث الفعلية البحتة وبخاصة ما وراء الطبيعة منها, كما يتناول النظر في المحسوسات المادية والتجارب الصحيحة التي تؤدي إلى الإيمان بكمال الله تعالى وقدرته, وسعة علمه[1].

ومن أهداف الإعلام الإسلامي أن يقدم المعلومات الصحيحة عن الثقافة الإسلامية القائمة على قواعد التصور الإسلامي, وهي ثقافة شاملة لكل حقول النشاط الفكري والواقعي والإنساني, وفيها من القواعد والمناهج ما يكفل نمو هذا النشاط وحيويته, وهي وليدة رسالات السماء, وقامت على التوحيد وطابع الأخلاق, والجمع بين الدنيا والآخرة, والروح والمادة, وأسلوبها في المعرفة قام على جناحي النظرة العقلية والنظرة الروحية متكاملتين[2].

رابعاً/ تجميع طاقات المسلمين:

الإعلام الإسلامي لابد أن يجعل من أهم أهدافه وإبرازها تجميع طاقات المسلمين, وذلك بعد أن يلح على استنهاضها, لأن طاقات المسلمين الآن طاقات مبعثرة ومعطلة, والإعلام الإسلامي بشتى الوسائل المعاصرة والتقليدية عليه دور هام وهدف سام, هو تجميع طاقة المسلمين.

والسؤال هو: ما هي طاقات المسلمين, وكيف يمكن للإعلام الإسلامي أن يقوم بتجميع طاقات المسلمين؟

والسؤال الثاني: هل طاقات المسلمين الآن مشتتة, وما سبب هذا التشتت؟

---

1 . تيسير محجوب الفتياني: مقومات رجل الإعلام الإسلامي, م. س. ذ, ص229.

2 . المرجع السابق, ص240.

وهو سؤال كذلك يجيب عليه الإعلام الإسلامي من خلال منهج يعرض لأسباب التشتت وأضراره.

والطاقات التي ينبغي أن يسعى الإعلام الإسلامي لتجميعها كثيرة ومتعددة, وسنستعرض ثلاثاً فقط من طاقات المسلمين, الطاقات: الثقافية, والاقتصادية, والسياسية.

وتقف على رأس هذه الطاقات- التي تستحق التجميع- طاقة المسلمين الثقافية المنبثقة من العقيدة الإسلامية, وهي التي تحدد هوية المسلمين, وهي قوى روحية تؤدي إلى تماسك المسلمين فكرياً, ولابد للإعلام الإسلامي أن يعمل على تجميع المسلمين وتوحيدهم حول ثقافة واحدة, وتعد من الأهداف الهامة للإعلام الإسلامي, إذ لابد للإعلام الإسلامي أن يحمي الذاتية الثقافية للأمة الإسلامية[1].

ولذلك لابد أن تكون من أهم أهداف الإعلام الإسلامي ومسؤولياته أن يواجه الغزو الثقافي الأمريكي وأن يقاومه, وذلك بتجميع طاقة الشعوب الإسلامية والثقافية, وإثارة اعتزاز المسلمين بهويتهم وذاتيتهم الحضارية, ومقاومة عقيدة وعقدة الدونية[2].

والإعلام الإسلامي يهتم بتجميع طاقات المسلمين الإقتصادية ويوضح ما يمكن أن يترتب على تجميع طاقات المسلمين الإقتصادية, ولذا كان الإعلام الإسلامي من أهدافه تجميع طاقات المسلمين, فلا بد أن يكون من أهدافه تفجير هذه الطاقات

---

1 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي, م. س. ذ, ص 87- 88.

2 . سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام, ط1 (الكويت: مكتبة الفلاح,2002م) ص289- 290.

المعطلة, وعلى الإعلام الإسلامي أن يوضح أن النظام الإقتصادي الإسلامي يقوم على أساس العدالة الإجتماعية والمساواة والعلاقات المعتدلة والمتوازنة..., وتذكيره بواجباته تجاه نفسه ومجتمعه, فالإسلام يحرم كافة الاستغلال, ويحترم العمل الشريف, ويحث المسلم دائماً على كسب قوته بالوسائل المشروعة والاعتدال في انفاقها[1], قال تعالى: ﴿وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَحْسُورًا﴾[2].

ومن أهم أهداف الإعلام الإسلامي تجميع طاقات المسلمين السياسية وتوحيدها تجاه قوى البغي والعدوان, وتوحيد المواقف السياسية... ويقوم بممارسة السلطة من هو أهل لها إذا توافرت لديه الشروط الفقهية المعروفة التي أقرتها الشريعة الإسلامية, وعلى الإعلام الإسلامي أن يوضح أن الإسلام ضمن للأقليات غير المسلمة الحماية لها ولجميع حقوقها المدنية وحريتها في ممارسة شعائرها[3].

خامساً/ التصدي للحملات التي تواجه المسلمين:

واجه الإسلام على مدى تاريخه الطويل- ولا يزال- تحديات وحملات عديدة تستهدف الإسلام والمسلمين, وتستهدف حقيقة وجود الإسلام, والسيطرة الكاملة على كل أرضه, وكل أرض يذكر فيها اسم الله تعالى, ويصلى فيها على رسوله محمد صلى الله عليه وسلم.

---

1 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي, م. س. ذ, ص90- 91.

2 . سورة الإسراء, آية 29.

3 . محمد الغزالي: الإسلام والطاقات المعطلة (القاهرة – مصر: نهضة مصر, 1998م) ص161- 162.

وبلغت هذه التحديات والحملات حداً كبيراً مـن القسـوة والبشـاعة وصـلت إلى حـد ممارسة الإبادة الجماعية للمسلمين, مثلما يحدث في: فلسطين, والعراق, وفي البوسـنة والهرسك, والبلقان, وكشمير, والشيشان, وغيرها كثير من بلدان المسلمين, وتتخذ هذه الحملات كل يوم شكلاً ولوناً جديداً, وكان منها ما يسـمى ب "العلمانيـة" أحـد هـذه الأشكال, بل تعد أخطرها على الإسلام والمسلمين, وهي العلمانية بمفهومهما اللادينـي المعادي للدين الإسلامي التي يستتر وراءها أعـداء الإسـلام مـن أجـل توجيـه ضربـات موجعـة إلى الإسـلام في محاولـة لإبعـاد المسـلمين عـن إسـلامهم, وبيـنما رفـع شـعار العلمانية وقامت حملتها انبهر بها في المجتمعات الإسلامية كثير مـن مفكرينـا فـآمنوا بها ودعوا لها, ثم عملوا هؤلاء الذين يسيطرون على منابر الإعلام المختلفة عملوا على خلق أجيال مـن شـبابنا بـلا قضـية وبـلا قـدوة حتـى يتسـنى إخـراج المسـلمين مـن دينهم[1].

إن الإعلام الإسلامي عندما يتصدى للحملة العلمانية لابد أن يدرسها دراسة كاملة من مصادرها, ويبين مناقضتها للدين, بل لكل الأديـان ولاسـيما الإسـلامي, ويبـين خطرهـا على العالم الإسلامي وعلى عقيدة المسلمين ويكشف عوارها, ويوضح الإعلام الإسـلامي أن العلمانية كان لظهورها في الغرب المسيحي مبررات, ولا يوجد مبرر أن تسيطر على العالم الإسلامي وعـلى المسـلمين, إن العلمانيـة صـناعة غربيـة لم تنبـت في أرضـنا, ولا تستقيم مع عقائدنا ومسلماتنا الفكرية[2].

---

1 . عبد الحميد الشكري: دور الإعلام في مواجهة العلمانية المعادية, ط1 (القاهرة – مصر: دار الوفـاء, 1965م) ص78.

2 . يوسف القرضاوي : وجهاً لوجـه, الإسـلام والعلمانيـة, ط1 (القـاهرة – مصر: دار الصـحوة للـنشر, 1987م) ص52.

وهناك حمـلات عديـدة ومتنوعـة ضـد الإسـلام والمسـلمين إذا أراد الإعـلام الإسـلامي تصحيح المعلومات الخاطئة عن الإسلام التي تسـتند عليهـا الحمـلات يجـب عليـه أن يبحث عن الجذور الفكرية التاريخية للمواقـف المعاديـة للإسـلام والمسـلمين, وحتـى تكون مواجهته لذلك كله مواجهـة سـليمة مبنيـة عـلى دراسـة عميقـة تكشـف عـن الأسباب الحقيقـة للمواقـف الغربيـة إزاء الإسـلام ولا تكتفـي بدراسـة الظـاهرة مـن سطحها, ويبرز هنا مجـال مـن أهـم المجـالات الجـديرة بالدراسـة وحملـة مـن أهـم الحملات التي يتصدى لها الإعـلام الإسـلامي, وهـو موضـوع الإسـلام في تصـور علـماء الغرب وفلاسفته[1].

إن القضـية الفلسـطينية قضـية فريـدة في قضـايا العـالم المعـاصر, الغـزو اليهـودي في حقيقته غزو اسـتعماري حاقـد عـلى العروبـة والإسـلام, وهـو في الوقـت نفسـه غـزو يهودي, صهيوني, استيطاني, حاقد أيضاً, التقت فيه أهداف الاسـتعمار الشريـرة, هـذا الالتقاء لم يكن عفوياً, وإنما كان وليد اتفاقيات ومـؤامرات عـلى جعـل أرض فلسـطين وطناً لليهود, يجمعون فيه شتاتهم, ويقيمون دولتهم, لتكون هذه الدولة رأس حربـة ينطلق منها إلى أي نقطة في العالم الإسـلامي, وذلـك لإثبـات النفـوذ, وفـرض السـيادة الفكرية والسياسية والاقتصادية والعسكرية عليها, وذلك لاستغلالها وتحويل مسـيرتها الحضـارية, ولقـد ركـزت الجهـود الاسـتعمارية والصـهيونية المتحالفـة عـلى إيجـاد

---

1 . رشدي شحاتة أبوزيد: مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظـام العـالمي الجديـد, ط1 (القـاهرة – مصر : دار الفكر العربي, 1999م) ص 236.

المنـاخ الملائـم والظـروف المناسـبة لتثبيـت هـذه الدولـة اليهوديـة الاسـتيطانية العنصرية[1].

ويرى الباحث بأن علم الاتصال والإعلام وجهان لعملة واحدة تعنـي بالأسـاس وجـود مرسل ورسالة وجمهور مرسل إليـه لـيفهم المقصـود مـن الرسـالة الإعلاميـة وللأسـف أصبح الجمهور لا يثق بالإعلامي ورسالته لأن الإعـلام بالغالـب مُسَـيّس ويلتـف عـلى قضايا الأمة من خلال التضليل الإعلامي. وهذا ما رأيناه من خـلال الحـرب عـلى غـزة (فلسطين) , والصورة التي تنقل عبر وسائل الإعـلام الاجنبيـة مدعومـة مـن إعلاميـين مأجورين بإظهار دولة الاحتلال الصهيونية بأنها الضحية وتدافع عـن نفسـها وتحتـاج الى الدعم مع كل ما خلفته من الدمار الهائل وقتل الأطفال والنساء والشيوخ , ورأينا المواقف المخزية من بعض الأنظمة العربية على المجازر والقتل والتدمير وتأييدهم لما يحدث للشعب الفلسطيني.

---

1 . عبد الكريم عبد اللـه نيازي : أفكار خطرة, ط1 (بلا بلد, بلا ناشر, بلا تاريخ) ص150-152.

الفصل الثاني

حـــاضـــر الإعـلام الـدعـوي

وفيه أربعة مباحث

المبحث الاول: المفهوم العام للدعوة و الداعية.

المبحث الثاني: وسائل و أساليب الدعوة.

المبحث الثالث: الداعية الإستراتيجي أخلاقه و صفاته.

المبحث الرابع: الضوابط المشروعة للوسائل الدعوية.

الفصل الثاني

حاضر الإعلام الدعوي

المبحث الأول

المفهوم العام للدعوة والداعية

يرى الباحث أن الإعلام في أيامنا هذه يقوم بعملٍ ريادي بالنسبة للجمهور المستقبل, وخاصة الإعلام الدعوي الإسلامي الذي أصبح ينشط بفعل وسائل الإعلام منها المقروء والمرئي والمسموع, مما كان له أكبر الأثر في توجيه العامة والخاصة ممن يغيب عنهم فهم الدين الإسلامي على الوجه الصحيح في كافة مجالات العقيدة والفقه, والحديث, والتفسير, بل وحلقات الذكر من القرآن الكريم, والإسهامات الفكرية والعلمية والأدبية, فكان للدعاة إلى الله نصيب وافر من حيث الدعوة واستقطاب الجماهير, كي يعرف الحقيقة ويقف عندها ويقرأ فقه سيرة النبي محمد صلى الله عليه وسلم وفقه وحياة أصحابه من بعده, وكيف انتشر هذا الدين بالحكمة والموعظة الحسنة والتسامح, وقبول الآخر بروح أخلاقية واعية.

الدعوة في اللغة: الطلب, يقال: دعا بالشيء: طلب إحضاره, ودعا إلى الشيء: حثه على قصده, يقال: دعاه إلى القتال, ودعاه إلى الصلاة, ودعاه إلى الدين, وإلى المذهب: حثه على اعتقاده وساقه إليه[1].

---

1 . ابراهيم أنيس ورفاقه: المعجم الوسيط, م. س. ذ, ص309-310.

ويرى البيانوني بأن الدعوة الإسلامية اصطلاحاً: هـي تبليـغ الإسـلام للنـاس, وتعليمـه إياهم, وتطبيقه في واقع الحياة, فقد بين اللـه سـبحانه وتعـالى عمـل رسـوله محمـد صلى اللـه عليه وسلم, الداعية الأول في الإسلام, وفصـله بمـا يشـمل العنـاصر الثلاثـة للدعوة وهي: التبليغية, والتكوينية, والتنفيذية في أكـثر مـن موضـع في كتابـه؛ فقـال سبحانه وتعالى:

﴿لَقَدْ مَنَّ اللـهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُـولاً مِـنْ أَنْفُسِـهِمْ يَتْلُـو عَلَـيْهِمْ آَيَاتِـهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلالٍ مُبِينٍ﴾ [1].

كـما أن هنـاك تعريفـات لـدى الكـاتبين والبـاحثين في علـم الـدعوة والداعيـة تبعـا لاختلافهم في تحديد معنى الدعوة من جهة، وتفاوت نظرتهم إليها من جهة أخرى.

يرى البيانوني أن علم الدعوة هـو: مجموعـة القواعـد التـي يتوصـل بهـا عـلى تبليـغ الإسلام للناس وتعليمه وتطبيقه [2].

أما محمد الخضر حسين عرفها بأنها: حث الناس على الخير والهدى، والأمر بـالمعروف والنهي عن المنكر، ليفوزوا بسعادة العاجل والآجل [3].

أما أحمد غلوش عرف الدعوة بأنها: العلـم الـذي تعـرف بـه كافـة المحـاولات الفنيـة المتعددة الرامية إلى تبليغ الناس الإسلام مما حوى عقيدةً وشريعةً وأخلاقاً... [4]

---

1 . سورة آل عمران، آية 164.

2 . محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذ، ص19.

3 . محمد الخضر حسين: الدعوة إلى الإصلاح (القاهرة – مصر: المطبعة السلفية، 1346هـ) ص17.

4 . أحمد غلوش: أصول الدعوة الإسلامية ط1 (القـاهرة – مصر: مؤسسـة الرسـالة نـاشرون، 2004م) ص10.

أما محمد الغزالي فقد أدخل في تعريف الدعوة أهدافها وغاياتها: برنامج كامل يضم في أطوائه جميع المعارف التي يحتاج إليها الناس، ليبصروا الغاية من محياهم، وليستكشفوا معالم الطريق التي تجمعهم راشدين. [1]

أما آدم عبد اللـه الألوري قال عن الدعوة بأنها: صرف أنظار الناس وعقولهم إلى عقيدة تفيدهم، أو مصلحة تنفعهم وهي أيضا: ندبة لإنقاذ الناس من ضلالة كادوا يقعون فيها أو من معصية كادت تحدق بهم. [2]

ومهمة الدعوة في نظر محمد البوطي أنها ليست وقفاً على الرسل والأنبياء وحدهم, ولا خلفائهم وورثتهم العلماء الذين يأتون من بعدهم, وإنما الدعوة الإسلامية جزء لا يتجزأ من حقيقة الإسلام نفسه, فلا مناص ولا مفر لكل مسلم من القيام بعبئها مهما كان شأنه أو عمله واختصاصه, إذ حقيقة الدعوة إنما هي الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وهو جماع معنى الجهاد كله في الإسلام ,أن الجهاد فرض من فروض الإسلام تستقر تبعته على كل مسلم.

ومن هنا تعلم أنه لا معنى ولا مكان لكلمة رجال الدين في المجتمع الإسلامي, حينما تطلق على فئة معينة من المسلمين, ذلك أن كل من دخل الإسلام فقد بايع اللـه ورسوله على الجهاد من أجل هذا الدين, ذكراً كان أم أنثى عالماً أم جاهلاً, ومهما كان شأنه أو اختصاصه, فالمسلمون كلهم رجال لهذا الدين, اشترى منهم اللـه أرواحهم وأموالهم بأن لهم الجنة يسخرونها في سبيل إقامة دينه ونصر شريعته.

---

1 . محمد الغزالي: مع اللـه، دراسات في الدعوة والدعاة ، ط1(القاهرة – مصر: دار نهضة مصر، بلا تاريخ) ص17.

2 . آدم عبد اللـه الألوري: تاريخ الدعوة بين الأمس واليوم، م1،ط3(القاهرة – مصر: دار وهبة للطباعة والنشر، بلا تاريخ) ص17.

ومن المعلوم أن هذا كله لا علاقة له بما للعلماء من اختصاص البحث والاجتهاد وتبصير المسلمين بأحكام دينهم, وحل ما قد يجدّ من المشكلات في حياتهم, على ضوء نصوص الشريعة الثابتة مع الزمن [1].

فواجب الدعوة إلى اللـه يؤديها الإنسان بمفرده أو من ضمن مجموعة, وهذا ما أشار إليه الحق تبارك وتعالى بقوله: "﴿وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾.[2]

فسرها ابن كثير بقوله "والمقصود من هذه الآية أن تكون فرقة من هذه الأمة متصدية لهذا الشأن وإن كان ذلك واجبا على كل فرد من الأمة بحسبه, كما ثبت في صحيح مسلم عن أبي هريرة رضي اللـه عنه قال: قال رسول اللـه : "من رأى منكم منكرا فليغيره بيده, فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان" [3].

والواقع أن تجَمع الدعاة للقيام بواجب الدعوة بصورة جماعية, يكون ضروريا كلما كانت مهمة الدعوة جسيمة, كما لو أريد نشر الدعوة إلى اللـه في المجتمعات الوثنية الجاهلية التي عشش فيها الشيطان، وباض وصد أهلها عن سبيل اللـه و أركسهم في حمأة الشرك،كما في الأقطار الوثنية فإن مثل هذه الأقطار تحتاج إلى جهود كبيرة جدا ومنظمة لنشر الدعوة إلى اللـه، وتعليمهم أمور الإسلام مما لا يقوى عليه جهد فرد ولا جهود مبعثرة لبعض الأفراد, ويؤيد هذا التبشير بالإسلام على شكل جمعي ما

---

1 . محمد سعيد رمضان البوطي: فقه السيرة النبوية مع موجز لتاريخ الخلافة الراشدة, ط1 (دمشق – سوريا: دار الفكر، 1411 هـ _ 1991 م) ص 121 , 122.

2 . سورة آل عمران، آية 104.

3 - الإمام مسلم – الجامع الصحيح ، م 1 , ج 1 , م , س , ذ ، ص50.

جاء في السنة النبوية أن النبي عليه الصلاة والسلام كان يأمر من يسلم بالتحول إلى دار الهجرة ليضم جهده إلى جهود المسلمين وتوجيهها التوجيه السليم من قبل رسول الله [1].

ويرى الباحث أن هناك تخبطاً تقوم به بعض جماعات ينتمون إلى الإسلام فيكيدون للإسلام والمسلمين مدفوعين ومأجورين يعرفون بالمثبطين "الطابور الخامس"[*], وما ذلك إلا لإحلال الوهن والخور والضعف في نفوس الرسل, الدعاة, والمستقبلين, الجمهور, والذي أفسح المجال أمام هؤلاء المأجورين لتلويث مفهوم الإسلام والمسلمين،هو نتيجة الإهمال المتعمد أو غير المتعمد من دعاة الإسلام لعدم قيامهم بواجبهم تجاه الدعوة إلى الله على بصيرة.

وعلى الرغم من كثرة المراكز التي تحمل اسم الدعوة إلى الإسلام, وعلى الرغم من كثرة من ينتسبون إلى الدعوة و يعيشون تحت عنوان الدعاة إلى الإسلام، وكثرة ما يكتب و يذاع باسم الدعوة للإسلام على الرغم من ذلك كله ؛فإن الدعوة إلى

---

1 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، ط1(دمشق- سوريا: مؤسسة الرسالة ناشرون، 1432 هـ - 2011 م) ص 298.

* الطابور الخامس/ fifth column : فكرة وأسلوب سيكولوجي/ حربي/ حديث نشأ في النصف الأول من القرن العشرين, ابتكره الجنرال الإسبانيGonzalo Queipo de LIano / (غونزالو كوايبو ديلانو) الذي كان أحد ثلاثة جنرالات شاركوا بصورة فعالة في الحرب الأهلية الإسبانية بقيادة الجنرال فرانكو في الحرب الأهلية الإسبانية عام 1936 حيث هاجم العاصمة مدريد التي كانت تحت سيطرة الحكومة الجمهورية بأربع فرق عسكرية (طوابير أربع) من الجهات الأربعة, إضافة إلى "طابور خامس" من العناصر الفاعلة الموالية والمخلصة له في قلب العاصمة وهي مجموعات من العملاء السريين مهمتها إثارة الرعب والفزع والبلبلة والقيام بأعمال حربية وإشاعة فوضى لتهتز الجبهة الداخلية ومن ثم تسقط العاصمة المحاصرة من كل الاتجاهات و إبراهيم ابو عرقوب و سليمان الطعاني : معجم مصطلحات الحرب النفسيه , ط1 (عمان – الأردن : دار مجدلاوي للنشر و التوزيع , 1412 هـ - 1992 م) ص 133- ص 134 .

الإسلام تأسيساً و تصحيحاً أو تجديداً لا تزال تشكو عدم الجدية من أصحابها في الغالب الكثير، بل كثيراً ما تستغل كأسباب للمعيشة و كأسباب للحياة أو الوصول إلى المناصب الدينية المرموقة التي لا يمكن الوصول إليها إلا بإسم الدعوة إلى الإسلام، حتى تكسب الثقة وتنال الشهرة على حسابها، كما تشكو عدم الكفاءة العلمية الأسلوبية و قله الحكمة، و ضعف الإخلاص من كثير من أصحابها [1].

ولا شك أن مشاركه الدعاة في الندوات أمر مهم، حتى لا يغيب الصوت الإسلامي، فبغياب الدعاة ينفرد أصحاب الفكر الآخر بالجمهور المستمع، وبهذا يقع التضليل للناس بغياب الحق و لذلك لا بد من إحراز تقدم ظاهر في الدعوة و الدعاة بشكل جمعي يكون له تأثير على المستوى المحلي و الإقليمي، ليتعرف المسلم و غيره أن الإسلام واحد لا يتجزأ و أنه قوة إيمانية عقائدية أخلاقية فكرية بدعاته و مفكّريه و علمائه و خطبائه و الداعين إليه[2].

كما ويرى الباحث أن هناك بعض الغيورين على الإسلام ودعاته من خلال ما تقوم به وزارة الأوقاف و الشؤون و المقدسات الإسلامية في الأردن باستدعائها وتكليفها بعضا من أئمة المساجد والخطباء والدعاة، وإعلامهم بالقيام بواجب الدعوة في عدة مناطق من جنوب وشمال وشرق وغرب المملكة، وجلوسهم في

---

1. محمد أمان بن علي الجامي: أضواء على طريق الدعوة إلى الإسلام (الرياض – السعودية: شركة العبيكان للطباعة والنشر، طبع ونشر الرئاسة العامة لإدارات البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد 1404 هـ 1984 م) ص265-266.

2 . مصطفى عايد اسعيفان و رشا خميس ذياب: فقه الدعوة إلى اللـه مناهجها، أساليبها، وسائلها، ط1 (عمان – الأردن: : دار البداية ناشرون وموزعون، 2007 م ، 1427 هـ) ص 177.

وأيضاً. بسام العموش: فقه الدعوة, ص96، و عبد الحليم الرمحي: فقه الدعوة وأساليبها, ط1, (عمان- الأردن: دار النفائس, 2005م), ص 153.

منطقة مدة لا تقل عن عشرة أيام يقوم بها العلماء والمفكرون والدعاة وبعض ممن تستضيفهم وزارة الأوقاف من قضاة أجلاء وعلماء من دائرة الإفتاء العام للقيام بالدعوة إلى الله على بصيرة يكون ذلك بوضع جدول زمني في أوقات الصلاة خاصة ليقوم كل داعية بمسجد بالدعوة والعطاء، من حيث إبراز سمات الإسلام ومقاصده ومفاهيمه، والتركيز على العقيدة، وتلقي المشاركة سواء بطرح مواضيع أو توجيه أسئلة أو أي موضوع يصلح في ذلك المكان والزمان، ويكون على الملأ، ونعمت هذه الإستراتيجية البناءة في لم شمل المسلمين بالموعظة الحسنة، وهذه ليست مرة واحدة في العام بل أنها تبرز لأكثر من مرة في العام الواحد و بعدة مناطق مختلفة من المملكة الأردنية الهاشمية، و الحال هذا منذ أكثر من ثلاثين عاما مضت، فقد رأينا التفاف الجمهور حول الدعاة و كأنهم رسلٌ جاؤوا ليبثوا فيهم روح الإيمان وتجديد العقيدة كلما فترت في نفوسهم و وهنت و تكاسلت، مما جعل أهل المناطق النائية من الجمهور يطالبون بعوداتٍ متكررةٍ لمناطقهم.

كما أن هناك المحاضرات و الندوات التي تقام في المملكة تحت إشراف وزارة الأوقاف و باستضافة العديد من علماء و مفكرين و دعاة و إعلاميي الأمة، و يستمع إليها جمهور مستقبل كبير للتعرف على مشكلات العصر و طرق حلها، أو بيان لبعض أمور العقيدة و الفقه وما أشكل عليهم من مسائل و قواعد، و التقدم التكنولوجي عبر الوسائل الإعلامية من مسموع و مرئي و مقروء و حاسوب و تقدم في علوم الكون بما يندرج تحت الأعجاز العلمي و إخضاعه للقرآن.

إن القرآن الكريم أشار إليه منذ قرون كعلماء الفيزياء و الكيمياء وغيرها من العلوم التي أرست دعائم الدعاة والمفكرين على الأرض لدى الجمهور المستقبل ومعرفتهم بقوله تعالى: ﴿ وَفِي أَنْفُسِكُمْ أَفَلا تُبْصِرُونَ ﴾[1] فيربطون العلم الكوني بالقرآن الكريم، فيوضحون الآيات مع عجائب قدرة الله...

والناس تختلف مشاربهم وتوجهاتهم منهم من يسيرون على هون من نفسه، ومنهم من يترجم حياته إلى واقع عملي يرجو من خلاله إرضاء الله عز وجل، ومن يَضعُفُ عن الدعوة ويركن إلى الكسل فهو معزولٌ عن الواقع الذي يعيش فيه، وهؤلاء كثر ويتضح ذلك من خلال ما قاله عدنان النحوي: "لقد هجر بعض الناس عامة، وبعض الدعاة خاصة، منهاج الله، واعتمدوا بدلا من ذلك مصادر بشرية، حتى لو حفظ أحدهم القرآن كله، يظل مصدر حجته ودليله هذا المصدر وذاك، وليس الكتاب والسنة، ويظل ولاؤه الأول لهذا أو ذاك،وليس لله ورسوله، وليس لمنهاج الله. نقول بعضهم وليس جميعهم!

حين يتحدث بعض الناس عن قضايا الإسلام والمسلمين، يقولون هذه قضية سياسية لا علاقة لمنهاج الله بها، أو اقتصادية، أو يعزلون القضايا عن منهاج الله ويفصلونها، وهم بذلك مخطئون خطأ فادحا كبيراً، ولكن الخطأ أكبر حين يريد بعضهم عزل قضية الإيمان والتوحيد عن منهاج الله، واستبدال مصادر بشرية أخرى

1 . سورة الذاريات، آية 21.

به، ليصبح منهاج الـلـه للتبرك والإذاعات، والمآتم والمؤتمرات وافتتاح الجلسـات وغـير ذلك. وما جاء منهاج الـلـه إلا لهذه القضية الأساسية [1].

مصطلح الداعي: هو القائم بالدعوة، واسم فاعل من دعا يدعو، وتأتي الهـاء في آخـره للمبالغة، فيقال عمن عرف بالدعوة داعية [2].

أما في الاصطلاح: الداعي المبلغ للإسـلام، والمعلـم لـه، والسـاعي إلى تطبيقـه فيشـمل مصطلح: الداعي من قام بأعمال الدعوة كلها، أو بعمل من أعمالها، إلا أن الذي يقوم بهذه الأعمال جميعها هو الداعية الكامل [3].

قال تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَـاهِدًا وَمُـبَشِّرًا وَنَـذِيرًا (45)وَدَاعِيًـا إِلَى الـلــهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا(46)﴾ [4].

فالداعي الأول إلى الـلـه تعالى بعد أن أنعم الـلـه علينا بالإسـلام، هـو رسـولنا الكـريم محمد صلى الـلـه عليه وسلم... وقد ظل يدعو إلى ربه تبارك وتعالى حتى آتاه اليقـين من ربه وصار إلى جواره الكريم راضياً مرضياً [5].

---

1 . عدنان علي رضا النحوي: قبسات من الكتاب والسنة تدبر وظلال, ط2 (الرياض – السـعودية: دار النحوي للنشر والتوزيع، 1418 هـ 1997م) ص44-45 .

2 . ابراهيم أنيس ورفاقه: المعجم الوسيط، مادة دعا، م. س. ذ، ص309.

3 . أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذ، ص40.

4 . سورة الأحزاب، آية 45- 46.

5 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م. س. ذ, ص 295.

صفات الداعي إلى الـلـه:

كما يقول البيانوني لما كانت الدعوة إلى الـلـه من عمل الأنبياء عليهم الصلاة والسـلام كان لا بد للقائم بها من التحلي بصفات أساسـية وآداب ضروريـة ليكـون أهـلاً لهـذا العمل [1]، وتكون دعوة مثمرة ومن هذه الآداب:

الإيمان العميق بما يدعوا إليه:

فإنه بقدر إيمان الداعية بدعوتـه، وتفهمـه لضرورتهـا وحاجـة النـاس إليهـا يـنجح في دعوته، وبقدر ضعف هذا الإيمان، والنظر إليها بأنها مهمة ثانوية يتهاون فيها ويتكل فيها على غيره، ويتعثر في طريقة، ويعطيها من فضل وقته، قال تعالى: ﴿ يَا يَحْيَى خُذِ الْكِتَابَ بِقُوَّةٍ ﴾ [2].

وكما يقول عبد الكريم زيدان بأن الإيمان العميق في الداعية المسلم يتيقن بأن الإسلام الذي هداه الـلـه إليه وأمره بالدعوة إليه، حق خـالص لأنـه هـدى الـلــه ومـا عـداه باطل وضلال قطعاً، قال تعالى: ﴿ قُلْ إِنَّ هُدَى الـلـهِ هُوَ الْهُدَى ﴾ [3].

إن هذا الإيمان العميق بأحقية الإسلام قائم عـلى علـم قطعـي وبينـة راسـخة لا شـك فيها، وإن كذّب بها المبطلون الضالون الذين لا يبصرون الحق المنزل من عند الـلـه لا لخفائه، ولكن لعمى ابصارهم ومـوت قلـوبهم فـلا يتصـور ميـل الـداعي المسـلم إلى باطلهم ولا يتصور منـه الشـك في دعوتـه، كـما لا يتصـور ارتيـاب البصـير في بصره إذا

---

1 . أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذ، ص 155.

2 . سورة التحريم، آية 12.

3 . سورة البقرة، آية 120.

وجد نفسه بين العميان، قال تعالى: ﴿ قُلْ إِنِّي عَلَىٰ بَيِّنَةٍ مِنْ رَبِّي وَكَذَّبْتُمْ بِهِ مَا عِنْدِي مَا تَسْتَعْجِلُونَ بِهِ إِنِ الْحُكْمُ إِلَّا لِلَّهِ يَقُصُّ الْحَقَّ وَهُوَ خَيْرُ الْفَاصِلِينَ ﴾ [1].

و أن الإيمان العميق مستمدٌ من ذات الإسلام وطبيعته لا من شيء خارج عنه، ولهذا فإن إيمانه العميق ينبض به كيانه، يسري فيه مسرى الدم ولا يمكن أن يتأثر أو يضعف أو يزول لأيِّ سبب خارجي مهما كان نوع وطبيعة هذا السبب الخارجي [2].

الاتصال الوثيق بمن يدعو إليه:

نريد بالاتصال الوثيق تعلق المسلم بربه, وتوكله عليه في جميع أموره لتيقنه بأن الله تعالى هو المنفرد بالخلق والتدبير والضرر والنفع والمنع والعطاء وأنه ما شاء كان وما لم يشأ لم يكن, وأن الله تعالى يكفي من يتوكل عليه ويفوض الأمور إليه: ﴿ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللهِ فَهُوَ حَسْبُهُ ﴾ [3].

فالداعية أحوج من يكون إلى الاتصال الوثيق بالله عز وجل, ليستمد منه العون والتوفيق.

ومن مظاهر هذه الصلة الوثيقة بالله:

أ) إخلاص النية له سبحانه في دعوته, فلا يرجو من ورائها إلا رضاه, ولا يتطلع من خلالها إلى مكاسب شخصية, أو منافع دنيوية, أو يتخللها شيء من الرياء... وإن أي غفلة عن الإخلاص, قد تحول القصد, وتفسد النية, فيضيع العمل ويحبط الأجر,

---

1 . سورة الأنعام، آية 57.

2 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م. س .ذ, ص 318 .

3 . سورة الطلاق, آية 3.

كـما حـدث للثلاثـة الـذين هـم أول مـن تسـعر بهـم جهـنم, وهـم: عـالم, ومنـافق, ومقاتل[1].

ب) محبة الـلـه عز وجل, والإكثار من عبادتـه وذكـره, بـأن الداعيـة الوثيـق بالصـلة بالـلــه يحـرص عـلى طاعتـه, والتقـرب إليـه, بـل يحـرص عـلى النوافـل حرصـه عـلى الواجبات, ويتجنب المكروهات اجتنابه للمحرمات, ويزيـد مـن القربـات والطاعـات حتى يتولاه الـلـه في شؤونه جميعاً, فقد جاء في الحديث الشريف: (... وما تقـرب إلي عبدي بشيء أحب إلي مما افترضته عليه, وما يزال عبدي يتقـرب إلي بالنوافـل حتـى أحبه, فإذا أحببته, كنت سمعه الذي يسمع به, وبصره الـذي يـبصر بـه, ويـده التـي يبطش بها, ورجله التي يمشي بها, وإن سألني لأعطينّه, ولئن استعاذني لأعيذنه...)[2].

العلم والبصيرة بما يدعو إليه:

لإن أهل العلم هم الذين يستطيعون القيام بحق الدعوة حق القيام, وذلك بما أوتـوا من ميراث رسول الـلـه محمد صلى الـلـه عليه وسلم, ومن بصيرة بدينهم, وما أكثر ما يسيء الجاهل إلى دعوته من حيث لا يشـعر, قـال تعـالى: ﴿قُـلْ هَـلْ يَسْـتَوِي الَّـذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لاَ يَعْلَمُونَ﴾ [3].

---

1 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م. س. ذ، ص 327.

2 . أحمد بن علي بن حجر العسـقلاني : فـتح البـاري , شرح صـحيح البخـاري , كتـاب الرقـاق , بـاب التواضع ,ج 11, رقم الحديث 6502 (الرياض - السعودية , نشر و توزيـع إدارة البحـوث العلميـة و الإفتاء ... , بلا تاريخ)ص 340- 341 .

3 . سورة الزمر, آية 9.

العمل بالعلم والاستقامة في السلوك:

فلا خير في داعية لا يوافق علمه عمله, ولا يستقيم سلوكه, وإن أخطر ما يصاب به الدعاة انفصال علمهم عن عملهم, قال تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آَمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ (2) كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴾ [1].

الوعي الكامل:

وهو إدراك ما يحيط بالدعوة, فلا يغني العلم عن الوعي, فلا بد للداعية من وعي شامل بعدة أمور:

بواقع الدعوة ومطلوباتها في عصره.

بواقع المدعوين من حوله.

بواقع الداعية نفسه, وما يحيط به من ظروف وأحوال... فعلى أساس هذا الوعي: توضع الخطط, وتحدد الأولويات, وتعقد الموازنات, وبالوعي تكتمل بصيرة الداعية بدعوته.

الحكمة في الأسلوب:

فعلى الداعية أن يكون حكيماً في أسلوب دعوته يختار لمن يدعوهم الأسلوب الحسن المناسب, ويضع كل أسلوب في محله, والحكيم هو من يحسن الإختيار, ويضع الشيء في محله. قال تعالى: ﴿ يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْراً كَثِيراً ﴾ [2].

---

1 . سورة الصف, آية 2-3.

2 . سورة البقرة, آية 269.

التخلق بالخلق الحسن:

إذا كان الاتصال الوثيق بالـلـه عـز وجـل أهـم صـفة في جانـب صـلة الداعيـة بالـلـه, فإن التخلق بالخلق الحسن أهم صفة في جانب صلة الداعية بالمدعوين. وقد وصف الـلـه عز وجـل الداعيـة الأول رسـول الـلــه صـلى الـلــه عليـه وسـلم بقولـه: ﴿ وَإِنَّكَ لَعَلى خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴾ [1].

إحسان الظن بالمسلمين:

على الداعية أن يحسن الظن بالمسلمين جميعاً, وأن يجري أحكامه فيهم على الظاهر, ويكـل أمـر السرائـر إلى الـلــه تعـالى, قـال تعـالى: ﴿ يَـا أَيُّهَـا الَّـذِينَ آَمَنُـوا اجْتَنِبُـوا كَثِيراً مِنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ ﴾ [2].

أن يستر على الناس عيوبهم:

قال تعالى: ﴿ إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آَمَنُوا لَهُـمْ عَـذَابٌ أَلِـيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآَخِرَةِ ﴾ [3].

وجاء في الحديث الشريف: (لا يستر الـلــه عـلى عبـدٍ في الـدنيا, إلا سـتره الـلــه يـوم القيامة)"رواه مسلم"[4].

---

1 . سورة القلم, آية 4.

2 . سورة الحجرات, آية 12.

3 . سورة النور, آية 19.

4 . الإمام مسلم – الجامع الصحيح , م , س , ذ , م4 , ج8 , كتاب البر و الصله و الأداب و باب بشـارة من ستر الـلـه عبداً في الدنيا :: رقم الحديث 2590 , ص 21 .

10- **أن يخالط الناس حيث تحسن الخلطة, ويعتزلهم حيث يحسن الاعتزال:**

فإن من مستلزمات عمل الداعية مخالطة الناس بدعوتهم إلى الخير وأمرهم بالمعروف ونهيهم عن المنكر, ويعتزل حيث الضرورة من فساد وغيره أو خلوة مع نفسه، ويختلط بالجمهور لتوعيتهم وتوجيههم لما فيه الخير لهم في الدنيا والآخرة.

11- **أن ينزل الناس منازلهم**, ويعرف لأهل الفضل فضلهم, وأن يتعاون مع غيره من الدعاة, ويشاورهم و يتناصح معهم, قال تعالى: ﴿ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ﴾ [(1)].

وفي الحديث الشريف: (الدين النصيحة, قلنا لمن؟ قال: لله, ولكتابه, ولرسوله, ولأئمة المسلمين وعامتهم)"رواه مسلم"[(2)].

1 . سورة المائدة, آية 2.

2. الامام مسلم – الجامع الصحيح ، م . س.ذ . م 1 ،ج1، كتاب الايمان ، باب بيان أنه لا يدخل الجنة إلا المؤمنون... ، ص 53.

المبحث الثاني

وسائل وأساليب الدعوة

أولاً: أسلوب الحكمة:

الحكمة: إصابة الحق بالعلم والعقل: فالحكمة من الله تعالى: معرفة الأشياء وإيجادها على غاية الإحكام, ومن الإنسان: معرفة الموجودات, وفعل الخيرات... [1].

وفسر ابن كثير "الحكيم" بقوله: الحكيم في أفعاله وأقواله فيضع الأشياء في محالها[2].

ومن جملة هذه التعريفات يصبح تعريف أسلوب الحكمة بأنه الأسلوب الذي يضع الشيء موضعه, فيكون أسلوب الحكمة شاملاً لجميع الأساليب [3].

والحكمة وضع الشيء في موضعه, وتعني في الإعلام تقديم ما يحتاجه الناس بطريقة مناسبة مشوقة مقنعة غير منفرَّة تخاطب العقل وتدغدغ المشاعر لتوصل فكرة وتقر معلومة [4].

ومن خصائص أسلوب الحكمة:

إمكان تعلمه واكتسابه, لأن الحكمة خلق حسن وصفة كريمة يمكن اكتسابها كأي صفة من الصفات وخلق من الأخلاق, قال تعالى: ﴿ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ﴾[5].

---

1 . الراغب الأصفهاني: مفردات في غريب القرآن, م. س. ذ, ص 127.

2 . أبو الفداء اسماعيل بن كثير القرشي الدمشقي: تفسير القرآن العظيم, المعروف بتفسير ابن كثير, ج1, (القاهرة- مصر: مكبعة عيسى البابي الحلبي, 1981م) ص184.

3 . محمد أبوالفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة, م. س. ذ, ص 245.

4 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي, م. س. ذ, ص 63.

5 . سورة الأنفال، آية 60.

عظيم آثاره في الدعوة, فالداعية الحكيم يصل إلى ما يصل إليه غيره, من ذلك:

أ) الوصول إلى الأهداف من أقرب طريق, وبأكثر النتائج...

ب) تقريب القلوب من الدعوة والدعاة, وإزالة الشحناء والبغضاء.

قال تعالى: ﴿ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ(34) وَمَا يُلَقَّاهَا إِلَّا الَّذِينَ صَبَرُوا وَمَا يُلَقَّاهَا إِلَّا ذُو حَظٍّ عَظِيمٍ ﴾ [1].

ثانياً: أسلوب الموعظة الحسنة:

الموعظة: ما يوعظ به من قول أو فعل [2].

والحسنة: مقابل السيئة, فالموعظة قد تكون حسنة وقد تكون سيئة.., وبحسب أسلوب الواعظ. ومن هنا جاء الأمر بها مقيداً بالقرآن الكريم, قال تعالى: ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ﴾ [3].

ومن أشكال الموعظة الحسنة كما ذكر البيانوني:

القول الصريح اللطيف اللين, قال تعالى: ﴿ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْناً ﴾ [4].

الإشارة اللطيفة المفهومة.

التعريض, والكناية, والتورية.

القصد, والخطابة المؤثرة, والفكاهة.

التذكير بالنعم المستوجبة للشكر.

---

1 . سورة فصلت, آية30-35.

2 . ابراهيم أنيس ورفاقه: المعجم الوسيط, م. س. ذ, ص 1087.

3 . سورة النحل، آية 125.

4 . سورة البقرة, آية 83.

المدح والذم.

الترغيب والترهيب.

الوعد بالنصر والتمكين.

التحمل والصبر [1].

ونتوصل مما تقدم إلى أن الإسلام قد أمرنا بأن تكون دعوتنا لغيرنا بالحكمة والموعظة الحسنة, وأن تكون مجادلتنا لغيرنا بالتي هي أحسن, منعاً للفتنة والاضطراب, وإشاعة الفوضى [2]

ثالثاً/ أسلوب المجادلة:

يرى بعض العلماء أن الجدل لا يعدُ أسلوبً دعوياً أصلياً، وإنما قد يحتاج إليه، فيكون من باب دفع الصائل [3].

وهناك خصائص ومزايا لأسلوب الجدل كما ذكرها البيانوني منها:[4]

اعتماده على العلم والمعرفة.

إقامة الحجه على الخصم وإفحامه.

تنوع بواعثه ودوافعه تنوعاً كبيراً فمنها:

بواعث نفسية.

---

1 . محمد البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة, م. س. ذ, ص 259.

2 . منتصر حاتم: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي, م. س. ذ, ص 166.

3 . أحمد بن تيمية: مجموع الفتاوى, إشراف الرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين, م2, ط1 (مكة- السعودية: مكتبة النهضة الحديث, 1404ه) ص45.

4.محمد البيانوني: المدخل الى علم الدعوة، م. س. ذ, ص267.

بواعث علمية.

بواعث اجتماعية.

رابعاً: أسلوب القدوة الحسنة:

يرى الباحث أن القدوة هي الأسوة بمعنى أن محمداً صلى اللـه عليه وسلم قدوتي بمعنى أسوتي لقوله تعالى: ﴿ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللـهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ ﴾ [1].

والقدو ة الحسنة في الإسلام تنقسم إلى قسمين:

قدوة حسنة مطلقة: أي معصومة عن الخطأ والزلل، كما هي في الأنبياء والرسل عليهم السلام، قال تعالى: ﴿ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللـهُ فَبِهُدَاهُمُ اقْتَدِهْ﴾ [2].

وقدوة حسنة مقيدة: أي بما شرعه اللـه عز وجل، لأنها غير معصومة، كما هي في الصالحين والأتقياء من عباد اللـه من غير الرسل والأنبياء، وذلك لاحتمال صدور تصرفاتهم عن ضعف بشري، أو خطأ اجتهادي، لذا كان الإقتداء بهم مقيداً بموافقة شرع اللـه...

وبهذا يكون أسلوب القدوة الحسنة أسلوباً عاماً يشمل التأسي بكل من عمل عملاً صالحاً حسناً سواء كان نبياً رسولاً، أو كان تابعاً للرسل الكرام ناهجاً نهجهم في عمله... [3]

---

1 . سورة الأحزاب، آية 21.

2 . سورة الأنعام، آية 90.

3 . محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذ, ص271- 272.

ومن خصائص و مزايا أسلوب القدوة كما ذكر البيانوني:

سهولته، وسرعة انتقال الخير من المقتدى بـه إلى المقتـدي، لأن الأخـذ بـالشيء عمليـاً والتمسك به أكثر إقناعاً للمدعوين من الحديث عنه والثناء عليه.

سلامة الأخذ وضمان الصحة، ولاسيما في الأمور الدقيقة العملية، كالصلاة والحج.

عمق التأثير في النفس البشرية، وسرعة استجابتها للأمور العملية أكثر مـن اسـتجابتها للأمور النظرية، كالحلق والتحلل في الحج[1].

لقد ركز الإسلام على القدوة الحسنة، فالرسـول صـلى اللـــه عليـه وسـلم هـو أسـوتنا وقدوتنا ومثلنا الأعلى، وخرج لنا نماذج بشرية من أصحابه كانوا أيضاً القـدوة والمثـل، مما أثبت أهمية الصـفوة المختـارة المتميـزة بالحكمـة، والعلـم، والبصـيرة، والصـلاح، والاستقامة التي يمكن أن تشكل القـدوة الحسـنة، لأن فقـدانها سـيؤدي إلى أن تقـاد البلاد بجلة متسلطين انتهازيين قليلي الخـبرة، لسـانهم عـربي وعقـولهم وقلـوبهم غـير ذلك وهذا يؤدي بالمجتمع إلى الضياع[2].

ويرى فتحي يكن أن أسلوب الدعوة ومخاطبة الناس **يمر بثلاثة مراحل:**

أسلوب القرآن التي اعتمدها مراراً وتكرارا في سبيل لفت المشركين إلى آياته البينـات – وقد كانوا يضعون أصابعهم في آذانهم لدى سماعها – تصديره فواتح الصـور بحـروف متقطعة كان لها أكبر الأثر في إثارة حفيظة المشركين واستدراجهم للإنصـات والتلقـي، قال تعالى: ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ﴾[3].

---

1 محمد أبو الفتح البيانوني: المرجع السابق, ص273- 274.

2 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذ، ص 61 .

3 . سورة النحل، آية 125.

أسلوب الزجر النفسي غير المباشر ومخاطبة الناس على حسب عقولهم، وبالأقدار التي تؤثر فيهم.

أسلوب الإقناع.. لحل المشاكل والقضايا ومعالجتها معالجة سليمة من وجهة النظر الإسلامية وفي ضوء الإسلام [1].

وسائل الإعلام الدعوي:

وسائل الدعوة: هي ما يتوصل به الداعية إلى تطبيق مناهج الدعوة من أمور مادية أو معنوية [2].

ومنها ما ذكره عبد الكريم زيدان من وسائل وأساليب الدعوة:

أولاً: الوسائل الخارجية

وسائل تتعلق باتخاذ الأسباب لتهيئة المجال الجيد المساعد لتبليغ الدعوة إلى اللـه، وهي على ثلاثة فروع منها:

أسلوب الحذر ممدوح غير مذموم يقوم على أساس المعرفة وأخذ الحيطة والحذر.

أسلوب الاستعانة بأهل الخبرة والكفاءة لغرض الحماية وتمكين الداعي من القيام بنشر الإسلام والدعوة إلى اللـه تعالى، وله الاستعانة بغير المسلم على ألّا تكون هذه الاستعانة على حساب الإسلام أو التنازل عن شيءٍ منه.

---

1 . فتحي يكن: كيف ندعو إلى الإسلام (بيروت – لبنان: مؤسسة الرسالة، بلا تاريخ) ص 27 – 29 .

2 . محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذ, ص 282.

النظام أسلوب جيد لابد منه لحسن استخدام الجمهور وتوجيهها على نحو مثمر في مجال الدعوة إلى الـلـه، وبالتالي زيادة فرص النجاح للداعي في بلوغ هدفه.

أما الوسائل الداخلية فتتمثل بما يلي:

1. وسيلة التبليغ بالقول، فالقرآن- وفيه معاني الدعوة إلى الـلـه- هو قول رب العالمين نزل به الروح الأمين على محمد صلى الـلـه عليه وسلم ليكون به التبليغ... وضوابطه أن يكون القول بيناً لا غموض فيه ولا إبهام،مفهوماً عند السامع... ولهذا أرسل الـلـه رسله بألسنة أقوامهم حتى يفهموا ما يدعونهم إليه،ويستطيعون بيانه، وأن يكون الكلام خالياً من الألفاظ المستحدثة التي تحمل حقاً وباطلاً وخطأً وصواباً، وعلى الداعي أن يحرص على استعمال الألفاظ الشرعية المستعملة في القرآن والسنة وعند علماء المسلمين، وعليه أن لا يسرع في الكلام، بل يتمهل حتى يستوعب السامع كلامه ويفهمه، جاء في الحديث الذي رواه البحاري (أن النبي صلى الـلـه عليه وسلم كان إذا تكلم بكلمةٍ أعادها ثلاثاً حتى تفهم عنه)"رواه البخاري"[1].

2. وسيلة التبليغ بالعمل: المقصود بالعمل إزالة المنكر فعلاً وهذا هو الغالب.

وهو على مراحل كما ذكرها الرسول صلى الـلـه عليه وسلم في حديثه (من رأى منكم منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه وذلك أضعف الإيمان)"رواه مسلم"[2].

---

1 . محمد ناصر الدين الألباني : مختصر صحيح البخاري ، كتاب :العلم ، باب : من رفع صوته بالعلم ، م.س.ذ ، ص 23 .

2 .الامام مسلم – الجامع الصحيح .م. س. ذ، م1 ، ج1 ، ص 50.

3. وسيلة التبليغ بالسيرة الحسنة: السيرة الطيبة للداعي وأفعاله الحميدة وصفاته العالية وأخلاقه الزاكية مما يجعله قدوة طيبة وأسوة حسنة لغيره... وأن يوافق القول العمل، فليحذر الداعي من مخالفة أفعاله لأقواله... فإن هذا أدعى للإقبال عليه وقبول قوله[1].

أما الحديث عن خصائص الدعوة فهو تمثيل الداعية بوسائل ثلاثة:

1-الخصيصة الشرعية: و المقصود بها انضباط الوسائل الدعوية كحكم الشرع, فلا يجوز للداعية الخروج عن أحكام الشرع في مناهجه و أساليبه و وسائله, لأن الدعوة في حقيقتها، طريقة تطبيق الشريعة و منهاجها الذي رسم الله لها فلا يصح الخروج عنه في أي جانب من جوانبه.

والضابط الرئيس لهذه الوسائل هو: أن الغاية لا تبرر الوسيلة في الإسلام.

2- خصيصة التطور: الأمثل في الوسائل و الأساليب التطور و التجديد, تبعاً لتطور عادات الناس و أعرافهم و تقدم العلوم و الفنون, فلكل عصر أساليبه و وسائله في جميع نواحي الحياة, و هذه الوسائل المعاصرة قد تشترك مع و سائل عصر سابق و قد تختلف عنها, فالداعية الحكيم هو الذي يختار لكل عصر وسائله المناسبة له, الموجودة على أن يتحاشى من الوسائل المتبعة المفضلة لدى الناس مما يؤدي إلى الفساد الخلقي.

---

1 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م. س. ذ, ص426– 463.

وأيضاً محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذ, ص283– 284.

3- خصيصة التكافؤ: و المقصود بها الموازنة و التماثل بين الوسيلة و الغاية التي تستعمل من أجلها, فالإعداد للعدو مثلا والعمل على اكتساب القوة المادية و المعنوية لمقاومته مطلوب, ولا تكفي النية في مجرد الإعداد, و إنما يجب فيه بذل الوسع و الطاقة لتكون القوة مرهبة مخفية له, و لن تكون كذلك إذا لم تكن مكافئة لما عنده من وسائل, بل متفوقة عليه [1].

ويقتضي النهج والتخطيط صدق النية أولا، ورسم الدرب، وتحديد الأهداف، ورد ذلك كله إلى منهاج الله على ضوء الواقع الذي يدرس من خلال منهاج الله دراسة منهجية واعية.

ومع كل ذلك نحن نعيش في أيام قلبت فيها الموازين، فلا يصلح معها شيء إلا نهج الله القويم، فالداعية الداهية الذي يقف على الأحداث ووقائعها و يعي ما الذي يتوجب عليه فهمه من خلال واقعه إن الداعية يستطيع أن ينطلق من قضية الانحراف ودراستها إلى موضوعات شتى بين الواقع والتوحيد، وهذا كله يعتمد على قدرة الداعي ووسعه، وعلى زاده من كتاب الله ومن أحاديث رسول الله صلى الله عليه وسلم، وعلى خبرته وممارسته، وقبل ذلك كله، فإن هذا يعتمد على مدى صدق الداعية وأمانته.

لقد قلبت الموازين، في هذه الأيام،حتى أصبحت السرقة حقاً، والزنا حضارة، وطرد شعب كامل من بلاده وإحلال شعب آخر عدالة دولية [2].

---

1 . مصطفى عايد اسعيفان و رشا خميس ذياب: فقه الدعوة الى الله ، م. س. ذ، ص211- 212.
وأيضاً. محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذ, ص339– 343.

2 . عدنان النحوي: التوحيد وواقعنا المعاصر، ط3 (الرياض – السعودية: دار النحوي للنشر والتوزيع، 1418هـ 1997م) ص 229.

المبحث الثالث

الداعية الإستراتيجي أخلاقه وصفاته

كما أن الداعي إلى اللـه يجب عليه أن يتصف بصفات ذكرها علماء كثيرون ومؤلفون لابد أن تبقى ملازمة له حتى يكون لدعوته صدى و اتباع يقفون معه أثناء تحدثه مع الناس فهو مبلغ و المبلغ لا يكذب أهله و لا قومه و لا عشيرته وحتى يكتب له النجاح فهناك صفات لابد منها و هي:

1-الصدق: وحقيقة الصدق حصول الشيء وتمامه وكمال قوته واجتماع أجزائه، هكذا قال ابن القيم الجوزية في مدارجه ويكون في القصد والقول والعمل.

ومعناه في القصد: كمال العزم وقوة الإرادة على السير إلى اللـه وتجاوز العوائق، ويكون ذلك بالمبادرة إلى أداء ما افترضه اللـه عليه وفي مقدمته الجهاد في سبيله ومنه الدعوة إلى اللـه، والصدود عن كل معوق أو مثبط.

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللـهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴾ [1].

أما صدق القول: نطق اللسان بالحق والصواب فلا ينطق بالباطل أي باطل كان.

ويكون الصدق في الأعمال بأن تكون وفق المناهج الشرعية والمتابعة لرسول اللـه صلى اللـه عليه وسلم قال تعالى﴿قُلْ إِنَّ صَلاَتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾[2].

رويَّ عن عمر بن الخطاب رضي اللـه عنه أنه قال: (لولا ثلاث لما أحببت البقاء لولا أن أُحملِ على جياد الخيل في سبيل اللـه، ومكابدة الليل، ومجالسة أقوام ينتقون أطايب

1 . سورة التوبة، آية 119.

2 . سورة الأنعام، آية 162.

الكلام كما ينتقى أطايب التمر. ويريد الإمام عمر بهذه الثلاث التي ذكرها: الجهاد والصلاة، والعلم النافع، وكلها ترضي الرب عز وجل)[1].

2. التواضع: هو ضد الكبر الذي نهى الله عنه بقوله: ﴿سأصرفُ عن آياتي الذين يتكبرون في الأرض بغير الحق﴾ [2].

وقول الرسول صلى الله عليه وسلم: (لا يدخل الجنة من كان في قلبه مثقال ذرة من كبر) رواه مسلم [3].

أن التكبر حماقة وجهل ودليل قاطع على جهل المتكبر بربه ونفسه، فلو عرف ربه لعلم أن الكبرياء لله وحده، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: قال الله عز وجل: (العز إزاره والكبرياء رداؤه فمن ينازعني عذبته) رواه مسلم [4].

ولو عرف المتكبر نفسه وأن أوله نطفةٌ قذرة وآخره جيفة قذرة لخجل من نفسه ووقف عند حده، قال محمد بن الحسن بن علي كما ذكر صاحب الإحياء: ما دخل قلب إمرءٍ شيء من التكبر قط إلّا نقص من عقله بقدر ما دخل من ذلك قل أو كثر.

وجزاء المتكبر حرمانه من الاتعاظ والانتفاع بآيات الله... فيطبع الله على قلبه ويصرفه عن آياته وبهذا نطق القرآن والسنة النبوية؛

قال تعالى: ﴿سَأَصْرِفُ عَنْ آيَاتِيَ الَّذِينَ يَتَكَبَّرُونَ فِي الْأَرْضِ بِغَيْرِ الْحَقِّ ﴾[5].

---

1 . ابن القيم الجوزية: مدارج السالكين، ج2، (بيروت – لبنان: دار الكتاب العربي, 1392 هـ - 1972 م) ص 281- 282.

2 . سورة الأعراف، آية 146.

3 . صحيح مسلم ، م. س.ذ ، م1 ، ج1 ، كتاب الايمان- باب تحريم الكبر وبيانه ، ص 65 .

4 . صحيح مسلم ، م.س.ذ ، ج8 ،كتاب البر والصلة والآداب ،باب تحريم الكبر ، ص35 -36 .

5 . سورة الأعراف، آية 146 .

فالمتكبر يرد الحق ولا يقبله ولا يـذعن إليـه؛ قـال تعـالى: ﴿وَجَحَـدُوا بِهَـا وَاسْـتَيْقَنَتْهَا أَنْفُسُهُمْ ظُلْمًا وَعُلُوًّا﴾[1].

وأما سبب الكبر: عجب الإنسان بنفسه لعلمه أو ماله أو جاهه أو حسبه أو نسبه أو سلطانه... فيؤدي به هذا الإعجاب إلى استعظام نفسه ورؤية قدره فوق أقدار النـاس فيحتقرهم ويزدريهم.

وأما علاجه: يكون بالمعرفة اليقينية؛ معرفة المتكبر لربه ولنفسه، فيعـرف أن الكبريـاء للـه وحده حصراً ولا يجوز مطلقاً لأي انسان أن يسمح لذرة من الكبر أن تتسرب إلى قلبه، فإنها جرثومة خطرة فتاكة كثـيرة التوالـد تطمـس نـور الإيمـان وتكـدر الأعـمال وتحبطها.

والتواضع: ثمرة المعرفة باللـه وبالنفس فلا يمكـن أبـداً أن يتكـبر ولا يتواضـع انسـان عرف ربه وعرف قدر نفسه [2].

فالمتواضع عارف لربه فالمسلم المتواضـع يفقـه جيـداً معنـى قـول العـارف المتواضـع الفضيل بن عياض وقد سـئل عـن التواضـع فقـال: أن تخضـع للحـق وتنقـاد لـه ولـو سمعته من أجهل الناس قبلته [3].

فعلى الداعي أن لا يدّعي شيئاً يدل على تعاليه كأن ينسب إلى نفسه المزيد من العلم أو الفصاحة أو المعرفة... وعليه أن يعرف أن جميع ما عنده هو محض فضل اللـه علي[4].

---

1 . سورة النمل، آية 14.

2 . مفهوم التواضع

(http://www.elerning .jo/datapool/HTML/IR11-SI-UI-L9.htm)

3 . الفضيل بن عياض: حلية الأولياء لأبي نعيم، رقم الحديث 11692 .

4 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م.س. ذ, ص343– 347.

3. الرحمة: إن الداعي لا بد أن يكون ذا قلب ينبض بالرحمة والشفقة على الناس وإرادة الخير لهم والنصح لهم. ومن شفقته عليهم دعوتهم إلى الإسلام، وأنه يحب لهم ما يحب لنفسه وأعظم ما يحب لنفسه الايمان والهدى، والداعي بدعوته إنما يسعى لتخليص المتمردين العصاة من الهلاك المحقق والخسران المبين.

فمن صفات وأخلاق المصطفى صلى الله عليه وسلم شفقته ورحمته على أمته، قال تعالى:﴿ لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌمِنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَؤُوفٌ رَحِيمٌ﴾[1].

وهكذا كان الأنبياء رحماء بمن أرسلوا إليهم مشفقون عليهم من العذاب، قال تعالى حكاية عن نوح: ﴿لَقَدْ أَرْسَلْنَا نُوحًا إِلَى قَوْمِهِ فَقَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ عَظِيمٍ﴾[2].

فجواب نوح عليه السلام مشحونٌ بالرحمة والشفقة عليهم واللطف في مخاطبتهم، ولم يغضبه كلامهم، لأنهم قومٌ يجهلون، ولأن الداعي الرحيم لا يغضب لنفسه قط، وإنما يغضب إذا انتهكت حرمات الله.

والرحمة تهوّن على الداعي ما يلقاه من أصحاب الغفلة والجهالة لأنه ينظر إليهم مستوى عالٍ رفيع أوصله إليه إيماناً وصلته بربه، فهو لا يعجب من صدودهم والإعراض عنه، لذلك فهو يعيد الكرة معهم، ويتحمل آذاهم ويقول: (اللهم اهدِ قومي فإنهم لا يعلمون)، فهو يشفق عليهم كصغار ولا يؤاخذهم على إساءتهم إليه،

1 . سورة التوبة، آية 128.

2 . سورة الأعراف، آية 59.

قال تعالى:﴿خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ ﴾[1]، لأن الرحمة تهون على الداعي ما يلقاه من الجهلاء.

وما دام الداعي المسلم ينظر إلى من يدعوهم نظرة الرحمة والشفقة عليهم فإنه يعفو ويصفح عنهم في حق نفسه، قال تعالى:﴿اعف عَنْهُمْ واستغفر لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الأمر﴾[2]، لأن الرحمة تثمر العفو والصفح.

وعليه فإن الداعي المحروم من الرحمة الغليظ القلب لا ينجح في عمله ولا يقبل الناس عليه وإن كان ما يقوله حقاً وصدقاً، إن الفظاظة تؤدي إلى انفضاض الناس، وهذه هي طبيعة الناس ينفرون من الغليظ الخشن القاسي ولا يقبلون قوله، لأن قبول قول الناصح يستلزم إقبال قلب المنصوح إليه ولا يحصل هذا الإقبال مع خشونة الطبع وغلظة القلب، قال تعالى: ﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ﴾[3].

فإذا كان هذا يمكن أن يقع بالنسبة لرسول الله صلى الله عليه وسلم لو حصل ما ذكرته الآية الكريمة والرسول لا ينطق إلا بالحق ومؤيَّد بالحق، فكيف يمكن تصور تخلف الانفضاض عن الداعي إذا كان فظاً غليظ القلب؟

فليتق ربهم الدعاة إلى الله،وليتكلفوا الرحمة والرفق إن لم يكونوا رحماء حتى يكتسبوها ويألفوها، ولا يكونوا منفِّرين عن الإسلام بسوء أخلاقهم وغلظة قلوبهم وخشونة طبعهم وبذاءة كلامهم،فإن عجزوا عن اكتساب الرحمة وحمل نفوسهم على

---

1 . سورة الأعراف، آية 199.

2 . سورة آل عمران، آية 159.

3 . سورة آل عمران، آية 159.

أخلاق الإسلام فمن الخير لهم وللدعوة ترك الدعوة والانصراف إلى علاج نفوسهم[1].

ويرى الباحث أن الإنتهاكات لحرمات اللـه وحرمات رسوله ومقدسات المسلمين كثيرة في مجتمعاتنا وخاصة بعد انتشار الفضائيات ووسائل الإعلام المختلفة وشبكة التواصل الإجتماعي الإنترنت فيجب على المسلمين أن يغضبوا ويثوروا لها خاصة ما تتعرض لها الأمة الإسلامية من قتل ودمار وتعذيب على أيدي جلاديها وحكامها, وماتقوم به عصابات الإحتلال الصهيوني على الشعب الفلسطيني من اعتقال وتعذيب وتدمير منازلهم, وتدنيس المسجد الأقصى المبارك في القدس الشريف والمسجد الإبراهيمي في الخليل مرات متعددة والعالم وحكام العرب المسلمين كأنهم ينظرون إلى مباراة كرة قدم...

الصبر:

يقول عبد الكريم زيدان بأن الصبر: من فروض الإسلام, وهو نصف الإيمان وذكره القرآن الكريم في أكثر من ثمانين موضعاً آمراً به: ﴿يا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلاةِ إِنَّ اللـهَ مَعَ الصَّابِرِينَ﴾[2].

ونهينا عن ضده: ﴿فَاصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أُولُو الْعَزْمِ مِنَ الرُّسُلِ وَلَا تَسْتَعْجِلْ لَهُمْ﴾[3].

ومحبة لأهله: ﴿وَاللـهُ يُحِبُّ الصَّابِرِينَ﴾[4].

---

1 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م. س. ذ, ص340- 343.

2 . سورة البقرة, آية 45.

3 . سورة الأحقاف, آية 35.

4 . سورة آل عمران, آية 146.

وعاقبته خير: ﴿وَأَنْ تَصْبِرُوا خَيْرٌ لَكُمْ ﴾[1].

وجزاؤه عظيم: (إِنَّمَا يُوَفَّى الصَّابِرُونَ أَجْرَهُمْ بِغَيْرِ حِسَابٍ)[2].

وهو سبب لدخول الجنان: ﴿سَلَامٌ عَلَيْكُم بِمَا صَبَرْتُمْ فَنِعْمَ عُقْبَى الدَّار ﴾[3].

وفي السنة النبوية أحاديث كثيرة في الصبر منها: (عجباً لأمر المؤمن إن أمره كله له خير, وليس ذلك لأحد إلا للمؤمن, إن أصابته سراء شكر فكان خيراً له, وإن أصابته ضراء صبر فكان خيراً له)[4].

ويرى الباحث بأن الصبر خصلة محمودة في المؤمن, وخلق فريد لايتمتع به إلا حميد الآثار, لأنه ينير الطريق للدعاة والعلماء والإعلاميين المخلصين ويأخذ بأيديهم إلى السبيل القويم.

وعن فضائل الصبر ذكر صالح الخزيم: الصبر خصلة محمودة, وسجية مرغوبة, وخلق فريد, جميل العواقب, جم الفوائد, وكريم العوائد, يعطي المسلم فرصته وخاصة الداعية إلى اللـه يفكر فيها بما ينفعه, ويتروى في أمره فلا يقدم إلا على ما هو محقق نفعي, وصالح الجنى ومأمون النتيجة [5].

والصبر على ثلاثة أنواع كما ذكرها صالح الخزيم ومنها:

---

1 . سورة النساء, آية 25.

2 . سورة الزمر, آية 10.

3 . سورة الرعد, آية 24.

4 . أبو الحسن بن الحجاج بن مسلم القشيري: الجامع الصحيح "صحيح مسلم", كتاب الزهد والرقائق, باب المؤمن أمره كله خير, م 4, ج 8, رقم الحديث 628, ص 227.

5 . صالح بن ناصر الخزيم: الصبر(الرياض – السعودية : مطابع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية, 1407هـ - 1987 م) ص14.

1- صبرٌ على ما أمر اللـه به من الطاعات... وما يلحق النفس في إقامتها من المشـقة, والصبر على أداء الطاعـات أكمـل مـن الصـبر عـلى اجتنـاب المحرمـات وأفضـل, فـإن مصلحة فعل الطاعـة أحـب إلى الشـارع مـن مصـلحة تـرك لمعصـية, ومفسـدة عـدم الطاعة أبغض إليه وأكره من مفسدة وجود المعصية [1].

والصبر على طاعة اللـه يكون بالمحافظة عليها دومـاً والإخـلاص فيهـا ووقوعهـا عـلى مقتضى الشرع, ومما يعين على تحصيله المعرفـة باللــه وحقـه عـلى العبـاد, وحسـن الجزاء للمطيعين [2].

2- صبر عما نهى اللـه عنه من المحرمات والمعاصي وقمع الشهوات, وجاهدة الـنفس عن قربانها, وقهرها عن هواها, وكـبح جماحهـا عـن الوقـوع في حـمأة الرذائـل, قـال تعالى: ﴿وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ وَنَهَى النَّفْسَ عَنِ الْهَوَى فَإِنَّ الْجَنَّةَ هِي الْمَأْوَى﴾[3].

ومما يعين على تحصيل هذا الصبر استحضار الخوف من عذاب اللـه, وأعلى من هذا استحضار الحياء من اللـه والمحبة لـه, مـع استحضـار ثمـرة هـذا الصـبر وهـي ابقـاء الإيمان وتقويته وإنمائه, لأن المعصية تـنقص الإيمـان أو تضـعفه أو تكـدره أو تـذهب نوره وبهائه [4].

الصبر على المصائب المؤلمة والكوارث المفجعة والابتلاء والامتحان مهما كانـت أسـبابه ومهما تشكل وتلون, فقد يكون بفقد عزيز, أو حلول نازلة تؤلمه, وقد يكون بفادحـة تجتـاح مالـه أو تجتثـه..., أو وبـاء يصـيب محصـولاته فيتلفهـا..., أو فشـل ذريـع

---

1 . ابن القيم الجوزية: مدارج السالكين, م. س. ذ ، ص157.

2 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة, م. س. ذ, ص 333.

3 . سورة النازعات, آية 40-41.

4 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة, م. س. ذ, ص333.

غي محاولة خطط لها مستقبله وفكر فيها جاداً, فأمرك كله خير يحصل لك به الهنـاء والرخاء فتحمد اللـه وتشكره, وتلم بك الملمة فتحتسبها عند اللـه وتصبر عليها لـك الأجر الجزيل[1].

وإذا كان الصبر ضرورياً لأي إنسان لاسيما المسـلم, فـإن الصـبر للـداعي المسـلم أشـد ضرورة له من غيره, لأنه يعمل في ميـدانين: ميـدان نفسـه, يجاهـدها ويحملهـا عـلى الطاعة ويمنعها من المعصية, وميـدان خـارج نفسـه, وهـو ميـدان الـدعوة إلى اللــه ومخاطبة الناس في موضوعها فيحتاج إلى قدر كبير من الصبر... حتى يسـتطيع تجـاوز العقبات وتحمل الأذى, فـإن فقـد الصـبر قعـد أو انسـحب مـن الميـدان وحـق عليـه الحساب وفاته الثواب[2].

المخالطة والعزلة:

قال بعض العلماء العزلة أفضل وقال أكثرهم: المخالطة أفضل والصواب أن يقال: الأفضل للمسلم أحبهما إلى اللـه, فإذا كانت المخالطة أحب إلى اللـه بالنسبة لهذا المسلم نظـراً لظروف حاله ومكانه وزمانه, فهي أفضل في حقه, وإذا كانت العزلة بالنسبة إليـه أحـب إلى اللـه لظروف حاله وزمانه ومكانه فالعزلـة أفضـل في حقـه..., والمخالطـة لابـد منهـا لأن الإنسـان اجتماعـي بطبعـه لا يسـتطيع العـيش بمفـرده, وكـذلك الحـال في فـرائض الإسـلام ومسـتحباته لا يمكـن تأديتهـا إلا بالمخالطـة مـع النـاس وتعـاونهم, مثـل صـلاة الجمعة والعيدين, تشييع الجنائز وعيادة المـريض وتعلـم أمـور الـدين, والمخالطـة هـي المقدمـة إلى الـدعوة, فـلا يمكـن الـتخلي عنهـا, بـل أن هـذا الوجـوب أصـبح أشـد في

---

1 . صالح بن ناصر الخزيم : الصبر ، م.س.ذ ، ص 27 .

2 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة, م. س. ذ, ص335.

زماننا من أي زمان مضى, والداعي في مخالطته للناس يقيم علاقاته معهم على أساس الحب في اللـه والبغض في اللـه, وأن يختار لصحبته ورفقته المطيعين للـه القائمين بحق العبودية للـه, فيعتز بهم ويحافظ على أخو تهم, ويرف مصاحبة العصاة والفساق المعرضين عن أوامر ربهم[1].

قال تعالى: ﴿فَأَعْرِضْ عَن مَّن تَوَلَّى عَن ذِكْرِنَا وَلَمْ يُرِدْ إِلَّا الْحَيَاةَ الدُّنْيَا﴾[2].

فعزلة الداعي وعدم مخالطته بالآخرين يعتبر من مكنونات الدعوة إلى اللـه فهو ينفرد ويفكر بنفسه بالوحدة والإستغناء لاحتياجه إليها كما قال ابن تيمية: (لابد للعبد من أوقات يَنْفَرِدُ بِهَا بِنَفْسِهِ فِي دُعَائِهِ وَذِكْرِهِ وَصَلَاتِهِ وَتَفَكُّرِهِ وَمُحَاسَبَةِ نَفْسِهِ وَإِصْلَاحِ قَلْبِهِ وَمَا يَخْتَصُّ بِهِ مِنْ الْأُمُورِ الَّتِي لَا يَشْارَكُهُ فِيهَا غَيْرُهُ فَهَذِهِ يَحْتَاجُ فِيهَا إلَى انْفِرَادِهِ بِنَفْسِهِ؛ إمَّا فِي بَيْتِهِ، كَمَا قَالَ طاووس: نِعْمَ صَوْمَعَةُ الرَّجُلِ بَيْتُهُ يَكُفُّ فِيهَا بَصَرَهُ وَلِسَانَهُ، وَإِمَّا فِي غَيْرِ بَيْتِهِ. فَاخْتِيَارُ الْمُخَالَطَةِ مُطْلَقًا خَطَأٌ وَاخْتِيَارُ الِانْفِرَادِ مُطْلَقًا خَطَأٌ. وَأَمَّا مِقْدَارُ مَا يَحْتَاجُ إلَيْهِ كُلُّ إنْسَانٍ مِنْ هَذَا وَهَذَا وَمَا هُوَ الْأَصْلَحُ لَهُ فِي كُلِّ حَالٍ فَهَذَا يَحْتَاجُ إلَى نَظَرٍ خَاصٍّ)[3].

---

1 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة, م. س. ذ, ص349-351.

2 . سورة النجم, آية 29.

3 .أحمد بن تيمية: مجموع الفتاوى, م. س. ذ, المجلد 10, ص 426.

صفات الداعية الإستراتيجي:

1- أخذ روح المبادرة لتبليغ الدعوة والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وقد كان رسول الله صلى الله عليه وسلم يبادر إلى ذلك سواء بإرساله رسائل إلى الملوك والأمراء لدعوتهم إلى الإسلام أو موقفه من تحطيم الحجر الذي تصدى له عند حفر الخندق.

2- تحديد أهداف العمل حتى قبل أن يبدأ، فالعمل العشوائي الذي ليس لديه غايات ليس من شأن الدعاة الإستراتيجيين.

3- بالثبات على المبدأ مهما كلف ذلك من مشقة، فقد رفض رسول الله صلى الله عليه وسلم التراجع أمام عمه الذي عرض عليه مغريات قريش للتخلي عن دعوته وقال قولته المشهورة لو وضعوا القمر عن يميني والشمس عن شمالي على أن أتخلى عن هذا الأمر ما تخليت عنه.

4- فهم فقه الأولويات لديهم فيبدءون بالأهم ثم المهم وهكذا كانت دعوة الرسول صلى الله عليه وسلم، فقد بدأت بالعقيدة في مكة فهي الأهم وصلاحها يعني صلاح بقية أركان الإسلام.

5- الواقعية والمرونة عندما يتطلب الموقف ذلك، وهذا المبدأ بمثابة بعد نظر للداعية، فقد قبل الرسول صلى الله عليه وسلم بصلح الحديبية على الرغم من أنه في الظاهر مجحف للمسلمين، ولكن اعتماداً على الواقعية وبعد النظر فقد قبله الرسول صلى الله عليه وسلم وكانت النتيجة خير وبركة للمسلمين بفتح مكة.

6- بالتحليـل الإسـتراتيجي قبـل الشروع في العمـل الـدعوي، وذلـك بتحليـل البيئـة الداخلية والخارجية للمشروع الدعوي والوقوف على نقـاط القـوة والضـعف وفـرص النجاح والمهددات التي تؤدي إلى فشل المشروع.

7- بالتفكير الإستراتيجي الذي يجعلـه يسـتشرف المسـتقبل ببصـيرة ثاقبـة واكتشـاف التحديات المحتملة للدعوة مبكراً، فهو بمثابة محطة إنذار مبكر لما يستهدف الـدعوة وملهم لما يمكن أن يخدم التخطيط والإدارة الدعوية.

8- بالاهتمام بمسألة تجديد الفكر الإسلامي وذلك حتى تستمر مسيرة الإسلام وتواكب الواقع الذي يتطور من حوله[1].

---

1 . علي عيسى عبد الرحمن: الإدارة الإستراتيجية للـدعوة الإسـلامية (مفهومهـا – اتجاهاتهـا – عنـاصر نجاحها) ، موقع الفكر الإسلامي, www.Islamlight.net.

المبحث الرابع

الضوابط المشروعة للوسائل الدعوية

كما أفردها محمد البيانوني، على الدعاة ان يتفهموها ويتعرفوا من خلالها كيفية العمل بوسائل دعوية لها ضوابط وهي:

1- أن يُنصَّ على مشروعيتها صراحة في الكتاب أو السنة، أو يرد طلبها من الشارع بأي وجه من أوجه الطلب. فأي وسيلة نصَّ الشارع على مشروعيتها، أو أمر بها أو أذن باستخدامها صراحة، فهي وسيلة مشروعة وترتب حسب درجة مشروعيتها من وجوب أو ندب أو إباحة.

2- أن يُنصَّ على عدم مشروعيتها صراحة في الكتاب أو السنة، أو يرد النهي عنها بأي وجه من أوجه النهي، فهي وسيلة ممنوعة شرعاً، سواء كان النهي عنها على سبيل التحريم أو الكراهة، فعلى الداعية الابتعاد عنها واجتنابها.

3- أن تدخل في دائرة المباح الذي يستوي فيه جانب الفعل أو الترك. فكل وسيلة أذن بها الشارع صراحة، أو سكت عنها، هي وسيلة مباحة يجوز للداعية استخدامها، لأن الأصل في الأشياء الإباحة. ولأن النصوص الشرعية محدودة مهما كثرت، والوسائل متجددة ومتطورة، فلا يمكن للنصوص المحدودة استيعاب ما ليس بمحدود. فالأصل في هذا النوع من الوسائل الإباحة، ما لم يعرض لها عارض يخرجه عن هذا الأصل، **ويمكن أن يُعدّ من هذه العوارض أمران هما:**

أ) أن تكون الوسيلة مختلفاً في حكمها بين العلماء، فمنهم من يرى إباحتها، ومنهم من يرى تحريمها.

ب) أن تكون الوسيلة مشوبة، اختلط فيها الحلال والحرام مثل كثير من وسائل الإعلام اليوم.

ونظراً لاختلاف وجهات نظر الدعاة في هذه المسائل، وتفاوت مواقفهم من مثلها، يرى الباحث ضرورة الإشارة إلى شيء من ضوابطها لتكون محل نظر واهتمام من قبل الدعاة في مثلها، ونبتعد فيها عن مواقف الإفراط أو التفريط.

- فأما بالنسبة للوسيلة التي يختلف العلماء في حكمها بين مبيح ومانع- كما جرى في حكم التصوير والتمثيل مثلاً- **فأرى أن تلخص ضوابطها في أربعة أمور, هي:**

1) الترخص والتوسع في استخدامها حيث تكون الضرورات والحاجات الملحَّة، وتتحقق بها المصالح الدعوية العامة، وذلك. لأنه إذا كانت الضرورات والحاجات الملحة تبيح المحظورات القطعية التي لا خلاف في حكمها، فإن إباحتها للأمر المختلف فيه من باب أولى.

2) التورُّع عن استخدامها حيث الأمور العادية، والمصالح الشخصية، التي لا يترتب على تركها ذهاب مصلحة عامة راجحة... ذلك لأن التورع عن الشبهات مطلوب، ومن اتق الشبهات فقد استبرأ لدينه وعرضه.

3) لطالب العلم المتمكن فقط أن يبحث في المسألة المختلف فيها، ويرجح أحد الأقوال بدليله، لأن قولاً واحداً من العلماء ليس بحجة على الآخر... مادامت المسألة اجتهادية.

4) ليس لمن ترجح له أحد الأقوال تحريماً أو إباحة، أن ينكر على من خالفه في الترجيح أو العمل، لأن المسلَّم به في قواعد الحسبة عدم الإنكار في المختلف فيه، وإنما يحق للمخالف أن يدعو الطرف الآخر بلطف إلى الخروج عن الخلاف، أو يحاول إقناعه بما ترجح لديه. [1]

فلو عمل المسلمون اليوم بمثل هذه الضوابط في المسائل المختلف فيها من وسائل دعوية أو غيرها... لاندفعت سلبيات الخلاف عن حياتهم، وعاش المختلفون فيما بينهم متآلفين متحابين متعاونين- كما كان أسلافهم.

هذا عن الوسيلة المختلف فيها، أما الوسيلة المشوبة التي اختلط فيها الحلال والحرام- كما في كثير من وسائل العصر- فإن من البصيرة الدعوية أن يعمل الداعية على تجريدها عن الحرام ما استطاع إلى ذلك سبيلاً، ثم يستخدمها خالصة نقية عنه. وإن لم يستطع تنقيتها مما شابها، فلا بد أن يوحد العلماء والدعاة موقفهم منها، مشاركة أو معارضة، وذلك بموازنة شرعية دقيقة توازن بين إيجابيات استعمالها، وسلبيات تركها وموازنة دقيقة بين واجبهم تجاهها، وبين قدرتهم على تحقيق ذلك الواجب.

ولعل من أدق وأجمل ما يستدل به على هذا الضوابط في الوسيلة المشوبة موقفه صلى اللـه عليه وسلم من وسيلة مشوبة في عصره، ألا وهي(وسيلة النذير العريان)[2].

---

1 . كتاب لا انكار على مجتهد ولا مختلف فيه, كتاب علي الحمادي, الفقه وأصوله, أصول الفقه, خلاف الفقهاء, (http:www.tarbawi.com) .

2 . أبو الحسن بن الحجاج بن مسلم القشيري: الجامع الصحيح "صحيح مسلم", كتاب الفضائل, باب شفقه صلى اللـه عليه و سلم على أمته ... , م.س.ذ ، م 4, ج 7, ص 63.

فقد كانت عادة العرب في الجاهلية إذا أرادوا الدعوة إلى أمـر مهـم، والإنـذار في أمر خطير، يفعلون أموراً عدة:

1) يصعدون إلى مكان عال مثل الجبل أو نحوه.

2) ينادون بأعلى أصواتهم واصباحاه، وما إلى ذلك من ألفاظ مشابهة.

3) يتعرون عن ثيابهم، ليشعروا النظار إليهم بخطر الأمـر الـذي ينـادون النـاس مـن أجله، ولسان حالهم يقول كأن العدو قد عـراهم مـن ثيـابهم، فـيسرع النـاس إلـيهم. فلما أراد الرسول صلى الـلـه عليه وسلم أن ينذر قومه بأخطر أمـر، وأعظـم خـير- ألا وهو البشارة والنذارة بهذا الدين- لم يترك هذه الوسيلة الدعوية المتاحة المعتادة لأنها مشوبة "بالعُري"، وإنما عمل على تعريتها مما شابها، واستخدمها بعد ذلك في دعوتـه، فقد صعد على الصفا، ونادى بأعلى صوته "واصباحاه"، ولكنـه لم يتعـرَّ لـذلك. فأقبـل الناس عليه فأنذرهم بما أراد. بل أجاز أن يقول عن نفسه "أنـا النـذير العريـان" كـما جاء في الحديث المتفق عليه، مع أنه الكامل المستور صلى الـلـه عليـه وسـلم. وكفـى بمثل هذا الموقف قدوة ودليلاً، ويا لها من حكمة بالغة، وبصيرة عظيمة.

فلو تعاون الدعاة في كل عصر على تجريد الوسائل المشوبة المنـتشرة في عصرهـم من الشوائب، وبذلوا في ذلك جهودهم قدر استطاعتهم، لوصلوا إلى كثير مما يريدون، واستطاعوا أن يستخدموا من الوسائل المعاصرة المكافئة ما يسـتخدمه أعـداؤهم مـن دون ضوابط، فسلموا من السلبيات، وحققوا كثيراً من الإيجابيات.

_ أما المواقف السلبية وحدها، فلا تقدم ولا تؤخر في إصلاح وسيلة مشـوبة، بـل قـد تؤخر من حيث الاضطرار إلى الابتعاد عنها وتجنبها.

أما الضابط الأخير من ضوابط الوسائل فلا تكون الوسيلة شعاراً من شعارات الكافرين الذين أُمرنا بمخالفتهم، وعدم التشبه بهم. ومن هنا امتنع رسول اللـه صلى اللـه عليه وسلم من استخدام وسيلة ناقوس النصارى، وقرن اليهود في دعوة الناس إلى الصلاة، وبحث عن غيرها حتى هداه اللـه إلى وسيلة الأذان ـ كما روى مسلم وغيره.

نسأل اللـه عزَّ وجلَّ أن يبصرنا في ضوابط وسائلنا، وأن يعيننا على حل مشكلات عصرنا، وأن يأخذ بأيدينا إلى ما يرضاه [1].

---

1 . محمد أبو الفتح البيانوني: كتاب الدعوة للإسلام, الاضاءات الدعوية, ط 2, م. س. ذ, (1991م / 1412هـ).

الفصل الثالث

الإعلام الدعوي

مفهوم الإدارة الاستراتيجية للتطور الإعلامي الدعوي

وفيه أربعة مباحث:

المبحث الأول: محاور استراتيجية التطور الإعلامي الدعوي.

المبحث الثاني: الإعلام الدعوي وقطاع العاملين بالأوقاف.

المبحث الثالث: خطط المسار الاستراتيجي للإعلام الدعوي.

المبحث الرابع: مفهوم التخطيط الاستراتيجي للإعلام الدعوي وخصائصه.

الفصل الثالث

استراتيجية الإعلام الدعوي

المبحث الأول

محاور استراتيجية التطور الإعلامي الدعوي

مفهوم الاستراتيجية:

كلمة استراتيجية من الكلمات التي كثر استخدامها مؤخراً لتشعبها وأهميتها، فما من عمل إلا وأطلق عليه هذه الصفة، فهي تدخل في السياسة والمجتمع والاقتصاد والثقافة وقد جاء تعريفها كما يلي: برغم من أن مفهوم الإستراتيجية Strategy المتداول اليوم قد اتسع وتنوعت المعاني التي يفهمها الناس منه فإن الأصل يوناني للكلمة وثيق الصلة بظاهرة الحرب وصفة الخداع، فكلمة Strategia اليونانية تعني القيادة أو البراعة العسكرية Generalship وهي من كلمة Strategos وهو القائد العسكري أو الجنرال General أو من الكلمة Stratos والتي تعني الجيش Army أو من الكلمة Strategema التي تعبر في التقاليد اليونانية عن الغش والخداع والتضليل كسلوك القائد العسكري في تعامله مع الخصوم وهو المفهوم نفسه من المرادف الإنجليزي للكلمة وهو Stratagem والتي تعني الحيلة أو المناورة العسكرية التي تهدف إلى تضليل العدو أو خداعه.

تطور مفهوم الاستراتيجية:

هكذا تطور مفهوم الاستراتيجية واتسع ليشمل مختلف شئون الحياة كما يلي: اتسع مفهوم الاستراتيجية في الإدراك الغربي ليغطي كل الترتيبات التي تتطلبها عملية

الاستعداد الدائم لمواجهة أي عدو معروف أو محتمل، وتدبير جميع الموارد والعناصر الضرورية لحماية الأمن القومي من منطلق القناعة بأن أساس العلاقة بين الدول هي الحرب، وما السلام إلا عرض طارئ تقتضيه مصلحة الطرفين.

إن الاستعداد الدائم الذي ورد في التعريف أعلاه يعني إعداد القوة، والقوة وفقاً للتوصيف الإستراتيجي تعني القوة العسكرية والاقتصادية والسياسية والمجتمعية والإعلامية والعلمية والتقنية.

مفهوم الإدارة الاستراتيجية للدعوة:

هنالك عدة تعريفات للإدارة الاستراتيجية للدعوة، فقد عرفها محمد حسين أبو صالح بقوله: يمكن تعريف الإدارة الإستراتيجية للدعوة على أنها عملية إدارة الدعوة الإسلامية من حيث تحديد رسالة المنظمة وأهدافها الإستراتيجية ومسارها الإستراتيجي واختيار الأنماط الإستراتيجية المناسبة التي يتم من خلالها تحديد الأنشطة والعمليات المطلوب القيام بها على المدى البعيد بما يمكنها من الاستجابة لبيئة المنظمة والمخاطر والمهددات المحلية والإقليمية والدولية ومعالجة نقاط الضعف في المنظمة وتقويم وتدعيم نقاط القوة.

كما عرفت الإدارة الاستراتيجية في الإسلام بأنها:الولاية أو الرعاية أو المتابعة أو الأمانة، وكل منها يحمل معنى المسئولية والالتزام بأداء الواجبات والإحاطة بالأمور والحفاظ على الأمانة، وبهذا المفهوم ينادي الإسلام على إسناد الولاية والرعاية إلى الفرد من أفراد الجماعة وهو بذلك يرى أن القيادة من ضروريات الجماع.

وقد عرفت الإدارة الاستراتيجية في مفكرة الإسلام بأنها: قمة الهرم الإداري في الفكر والتطبيق، ويعتبر الفكر الإسلامي عموماً فكراً إستراتيجياً في التفكير وحتى في إصدار الأحكام حيث يهتم اهتماماً بالغاً بالمقاصد الشرعية والنظرة إلى المآل في الأمور وقضية التوازن بين المصالح وغيرها من أساسيات الفكر الإسلامي.[1] هذه هي مفاهيم الإدارة في الإسلام وهي لا تختلف عن بعض المعايير الحديثة إلا في بعض المعايير القيمية التي تنطلق من مبادئ الإسلام.

ويرى الباحث أن القرآن الكريم باعتباره أساساً للاستراتيجية الدعوية يحتوي على الكثير من الإستراتيجيات سواءٌ على مستوى التعاليم، والقيم والأخلاق، والعادات والتقاليد والتشريع والأحكام والمعاملات.

فكلُ سورة من القرآن الكريم مليئة بالإستراتيجيات الدعوية والإعلام الموجه الهادف.

الإعلام الإسلامي اليوم يمر بأسوأ مراحله وذلك لعدم استقرار المنطقة العربية و دول الجوار و الثورات العربية و الثورات المضادة و مصادرة الفكر, و إقصاء المفكرين و المخلصين العاملين أو زجهم في المعتقلات أو تصفيتهم جسدياً, وهذا ناتج عن ضعف في العقيدة من القيادات, وخوف على أنفسهم للظلم الذي أوقعه من يتسمون بمسؤولين عن أبناء جلدتهم ومن أهل الفكر و الحل و العقد و الدعاة إلى الله.

1 . علي عيسى عبد الرحمن : موقع الفكر الإسلامي ، م. س. ذ.

فلو أن المسؤولين كانوا مثلما قيل لعمر بن الخطاب رضي اللـه عنه وأرضاه بعدله وعزة نفسه من قبل رسول روستم المشهورة: "عدلت فأمنت فسلمت فنمت" لاختلف الحال بالنسبة إليهم فأصل الحكم العدل، وأصل العدل المساواة، وأصل المساواة عدم التفريق بين المجتمع الواحد، فالحاكمية للـه لقوله تعالى: ﴿أَفَحُكْمَ الْجَاهِلِيَّةِ يَبْغُونَ وَمَنْ أَحْسَنُ مِنَ اللـهِ حُكْمًا لِّقَوْمٍ يُوقِنُونَ﴾[1].

و لهذا يجب على الدعاة و الإعلاميين أن يبحثوا عن أهداف يسيرون عليها بخطط إستراتيجية حتى يكون لإعلامهم و دعوتهم و صولاتهم صدىً يسمع.

ومن هذه الأهداف التي رسمها محمد حسين أبو صالح:

أولاً: امتلاك القوة الإستراتيجية الإعلامية.

ثانياً: تحقيق قدر من السيطرة الإعلامية.

ثالثاً: توفير السند المطلوب لتحقيق المصالح الوطنية الإستراتيجية.

رابعاً: التواصل الفاعل مع مواطني الدولة.

خامساً: إحداث تأثير أساس في الجمهور العالمي.

سادساً: بلورة رأي عالمي.

سابعاً: تحقيق القدرات التنافسية الإعلامية العالمية.

و لا يمكن أن يكون هناك تطورٌ في العملية الإعلامية إلا بجد و اجتهاد و عمل متواصل فردي و جماعي حتى يتحقق النجاح للخطط الإستراتيجية الإعلامية كما أنه

---

1 . سورة المائدة، آية 50 .

لابد من مواصله الليل مع النهار ليكون هناك انطلاقةٌ فاعلة و مؤثرة على الجمهور الذي يستقبل كل ما يعرض عليه من حقائق على كافة المستويات و الأصعدة الدعوية الإعلامية و الرؤى المستقبلية حتى يكون هناك إقناع للجمهور بعرض الحقائق مع إبراز أمثلة من الواقع الأليم المؤسف و المستقبل لذي ينير درب الدعاة لنشر دعوة التوحيد عبر كل الوسائل الحديثة ليتم إقناعهم والتفافهم حول الدعاة و الإعلاميين للتعرف على قضاياهم و أمور دينهم, و العوائق التي تقف أمامهم و التعامل معها بكل دبلوماسية و إقناع بأسلوب شيق بعيداً عن التكلف و التصنع, و الوقوف على الحقائق الجديدة يتم من خلال خلفية إستراتيجية إعلامية قوية و تكون بكل الوسائل المتاحة إعلامياً سواء المقروء منها و المسموع و المرئي "التواصل الاجتماعي" و هذا يعني أهمية إدراك هذه الحقائق الإستراتيجية التي رسمها محمد حسين أبو صالح وهي:

1- طبيعة المصالح الإستراتيجية الوطنية.

2- المهددات الوطنية.

3- نقاط الضعف الوطنية.

4- محاور التغيير الإستراتيجي و طبيعته.

كما أن وضوح الرؤية الوطنية:المصالح الوطنية الإستراتيجية, المهددات و نقاط الضعف, القضايا الإستراتيجية ينعكس على مستوى الأداء السلوكي الإعلامي[1].

1 . محمد حسين ابو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي,

www.strateg.sd/strmedia.html,(2/4)

ومـع تطـور الإعـلام بكافـة وسـائله ومحـاوره, لابـد مـن اسـتخدام جهـاز الحاسـوب والدخول على المواقع الإعلاميـة الهادفـة, وخاصـة الإسـلامية منهـا, و الاسـتفادة مـن مضامينها, ودراستها وعرضها, ثم تحليلها, ثـم تقـديمها للجمهـور المسـتقبل بأسـلوب تقني حضاري, مما يجعل وصول المعلومة وتداولها وفهمها ميسرا للقـارئ والمسـتمع, حتى يكون أبلغ في التلقي والاسـتيعاب ليتكـون بعـد ذلـك مصـدر ثقـة بـين الـداعي والمفكر والعالم من جهة والجمهور المستقبل من جهة أخرى, مما لاشك فيه أن تطوير وبناء نظم جيدة للمعلومات له علاقة مباشرة بنمو وتطوير العمل بالمنشأة, حيث إن الحاجـة إلى إنتـاج المعلومـات أصـبحت مـن المتطلبـات الأوليـة والأساسـية للبقـاء والاستمرار, وليس فقط هدفا لتحسين الكفاءة. هذا وقد أصـبحت تقنيـة الحواسـيب عصـب نظـم المعلومـات في أي منشـأة لمـا تقدمـه مـن دعـم كبـير في إجـراء وتنفيـذ العمليات المختلفة ومساعدة المستويات الإداريـة في كافـة الأنشـطة والقـرارات التـي يتطلبها العمل.

ويمكن إدخال تقنيات الحاسوب ونظم المعلومات في أعمال أي منشأة كما يقول بلال السكارنة بحيث تحقق مايلي:

1- صحة وتكامل المعلومات.

2- سرعة الحصول على المعلومات.

3- زيادة كفاءة العاملين.

4- تحسين الخدمات المقدمة.

5- تقليل الهدر المادي.

6- تحسين الاتصالات الإدارية.

7- توفير المعلومات اللازمة لمتخذي القرار بكفاءة وسرعة مناسبة.

8- تحسين وتطوير الأداء.

9- تطوير أساليب أكثر فاعلية في الأداء والتنظيم.

10-دعم الخطط الإستراتيجية.

ومن أجل إدخال تقنيات الحاسوب وتطوير نظم المعلومات لأي منشأة, فإنه يلزم توفر خطة إستراتيجية بعيدة المدى للمعلوماتية تتسق مع الخطة الإستراتيجية العامة للمنشأة وبما يحقق أهداف وغايات المنشأة.

وفي العادة تضع المنشأة لنفسها عددا من الخطط الإستراتيجية التي تهدف في مجملها إلى تطوير العمل والأداء مثل: خطة استراتيجية لتنمية القوى البشرية, خطة استراتيجية للتدريب, خطة استراتيجية للتطوير الإداري, وغيرها من الخطط الاستراتيجية [1].

مفهوم الإدارة الإستراتيجية للدعوة:

هنالك عدة تعريفات للإدارة الإستراتيجية للدعوة، فقد عرفها محمد حسين أبو صالح بقوله: يمكن تعريف الإدارة الإستراتيجية للدعوة على أنها عملية إدارة الدعوة الإسلامية من حيث تحديد رسالة المنظمة وأهدافها الإستراتيجية ومسارها

1 . بلال خلف السكارنة: التخطيط الإستراتيجي, ط1 (عمان – الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع, 2010م _ 1431هـ) ص 397 _ 398.

الإسـتراتيجي واختيـار الأنمـاط الإسـتراتيجية المناسـبة التـي يـتم مـن خلالهـا تحديـد الأنشطة والعمليات المطلوب القيام بها على المدى البعيـد بمـا يمكنهـا مـن الاسـتجابة لبيئـة المنظمـة والمخـاطر والمهـددات المحليـة والإقليميـة والدوليـة ومعالجـة نقـاط الضعف في المنظمة وتقويم وتدعيم نقاط القوة[1].

أهمية الإدارة الاستراتيجية:

تعتبر المؤسسات التي تستخدم الإدارة الإستراتيجية متفوقة مقارنة بنظيراتها تلك التي تستخدم الإدارة التقليدية في تسيير شـؤونها، وتتمثـل أهميـة الإدارة الإسـتراتيجية في:

1. **بلورة الرؤية المستقبلية للمؤسسة:**

عنصر توقع الأحداث وصياغتها لا يتأتّى سوى عبر التخطيط الإستراتيجي الذي لا يتـأتى إلّا عبر الإدارة الإستراتيجية، فهي التـي تعـين عـلى اسـتشراف المسـتقبل عـبر التحليـل الإستراتيجي الذي يقف عـلى فـرص النجـاح ومهـددات الفشـل عـلى مسـتوى البيئـة الخارجية وتتم بذلك القراءة التي تؤدي إلى نجاح المؤسسة.

2. **التفاعل على المدى البعيد:**

عــن طريــق الإســتراتيجيات التــي تنبــع مــن التخطـيط الإسـتراتيجي، فـإن الإدارة الإستراتيجية تحقق التفاعل على المدى البعيد بحكم تلك الخطط التي تشمل مـديات قريبة ومتوسطة وبعيدة، كـل ذلـك يـتم عـن طريـق تطبيـق الإدارة الإسـتراتيجية في المؤسسة.

1 . علي عيسى عبد الرحمن : http://www.fikrislamy.net/about_us.php .

3. تحقيق النتائج الأفضل:

أثبتت الدراسات أن المؤسسات التي تطبق الإدارة الإستراتيجية تحقق نجاحاً أكبر من تلك التي لا تطبق الإدارة الإستراتيجية:أثبتت بعض الدراسات البحتة أن هناك علاقة إحصائية إيجابية بين النتائج المرجوة للمنظمة ومدى اهتمامها بالإدارة الإستراتيجية وتحريها دقة اتخاذ القرار الصائب.

4. تدعيم المركز التنافسي للمؤسسة:

تساعد الإدارة الإستراتيجية المؤسسات في الاستفادة من مواردها البشرية والمادية والمعنوية وذلك بتوظيفها التوظيف الأمثل من خلال استغلال مواطن القوة وتعزيز مواطن الضعف.

5. إحداث التطور:

إن المؤسسات التي تطبق الإدارة الإستراتيجية تتميز بأنها ناجحة بما تحقق من تطور وقدرة تنافسية عالية.

6. تحقيق أهداف المؤسسة:

إن الإدارة الإستراتيجية تمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها عن طريق تطبيق الخطط الموضوعة للمؤسسة لبلوغ غاياتها المنشودة.

7. امتلاك زمام المبادرة:

إن الإدارة الإستراتيجية هي التي تجعل المؤسسة دائماً مبادرة في كل شيء وذلك بما تحدثه من إبداع لا يتوقف على البيئة الخاصة بالمؤسسة فحسب، بل يتجاوزها إلى

البيئة الخارجيـة للوقـوف عـلى القـدرة التنافسـية وإعـداد المؤسسـة لهـذا التنـافس. لقــد فطنــت المؤسســات الدعويــة والمــنظمات الإســلامية الأخــرى لأهميــة الإدارة الإستراتيجية فلجأت إلى تطبيقها في نظم عملها وذلك ما نلاحظه في كبريات المنظمات الإسلامية كمنظمة الدعوة الإسلامية ومنظمة الإتحـاد الإسـلامي للمـنظمات الطلابيـة ومنظمة المؤتمر الإسلامي ورابطة العالم الإسلامي والاتحـاد العـالمي لعلـماء المسـلمين. كل هذه المؤسسات تطبق نظام الإدارة الإستراتيجية في نظم عملهـا لـذلك اسـتطاعت أن تصمد أمام المنظمات المشابهة المعادية والتي تعمل في مجال التنصير[1].

مراحل الإدارة الاستراتيجية:

تتكون الإدارة الاستراتيجية من ثلاث مراحل هي:

أولاً: مرحلة التصميم:

ويطلق عليها أيضاً مرحلة التخطيط الإستراتيجي وفيها يتم التصميم لما يـراد تحقيقـه وذلك بوضع رسالة المؤسسة الدعوية وتقييم البيئة الداخلية وذلك عن طريق تحديد نقاط الضعف والقوة في إطار البيئة الداخلية، كما يتم التعامل مـع البيئـة الخارجيـة بالوقوف على فرص النجاح ومهددات العجز حيث يتم تحديـد الفجـوة الإسـتراتيجية ووضع أهداف طويلة الأمد.

تتطلب هذه المرحلـة تجميـع المعلومـات وتحليلهـا واتخـاذ قـرارات بأفضـل البـدائل المتاحة لاختيارها وتطبيقها.

---

1 . علي عيسى عبد الرحمن : موقع الفكر الإسلامي ، م.س.ذ .

ثانياً: مرحلة التطبيق:

وتعرف هذه المرحلة أيضاً بمرحلة التنفيذ والتي تعني تنفيذ ما تم التوصل إليه في المرحلة السابقة وتتضمن هذه المرحلة وضع أهداف قصيرة الأجل ورسم السياسات وتخصيص الموارد البشرية والمادية، كما تتطلب هذه المرحلة تهيئة المؤسسة من الداخل ومن تعديل في الهيكل التنظيمي وإعادة توزيع السلطات والمسؤوليات وتحديد خصائص القوى العاملة، وتحتاج هذه المرحلة إلى نظرة عملية وقدرة على تحريك الموارد البشرية والمادية. نجاح هذه المرحلة يحتاج إلى تحقيق التكامل والتعاون بين الأنشطة والوحدات الإدارية المختلفة.

ثالثاً: مرحلة التقييم:

أهمية هذه المرحلة تتمثل في تقييم الإستراتيجيات ومدى تناسبها مع التغييرات التي تحدث في البيئة الداخلية الخارجية ولتقييم مدى فعالية الخطط ويتطلب ذلك مقارنة النتائج الفعلية بالأهداف المتوقعة حتى نقف على مقدار الانحراف عن الأهداف وتحرى عملية التقويم[1].

الخصائص الأساسية لمرحلة الإدارة الإستراتيجية:

1. لا يمكن البدء في مرحلة قبل الانتهاء من المرحلة السابقة لها.
2. جودة كل مرحلة تتوقف على جودة المرحلة السابقة لها.
3. مراحل الإدارة الإستراتيجية متداخلة ومتكاملة تتأثر كل مرحلة بالتغيير الذي يحدث في المرحلة التي تليها أو تلك التي تسبقها.

1 . علي عيسى عبد الرحمن : موقع الفكر الإسلامي ، م. س.ذ .

4. الإدارة الإستراتيجية عملية مستمرة، فرصد التغييرات في البيئة الداخلية والخارجية بصورة دورية.

5. ضرورة تدفق المعلومات وعبرها تقوم المراحل.

الاتجاهات الرئيسة لإستراتيجية الدعوة:

لا بد لكل إستراتيجية من غايات تصل إليها عن طريق الأهداف المرسومة، وتتضافر العناصر الإستراتيجية الأخرى من إدارة وتخطيط وتحليل لبلوغ هذه الغايات. الاتجاهات الرئيسية لإستراتيجية الدعوة تعني باتجاهين يمثلان المسار الذي يوصل إلى الغاية، حيث المسار الأول يهتم بالبيئة الداخلية وهي بيئة المسلمين، هذه البيئة التي لا بد من تأمين وبسط قيم الدين فيها، عن طريق الدعوة إلى مكارم الأخلاق والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، فهذا الاتجاه يحتاج إلى جهد دعوي ويمثل أحد اتجاهات الدعوة.

أما الاتجاه الآخر فهو البيئة الدولية حيث أمرنا نحن المسلمين بتبليغ الدعوة الإسلامية إلى العالم غير المسلم وذلك وفق تخطيط إستراتيجي يستهدف هذه البيئة العالمية محللاً لواقعها ولما هو مطلوب لتبليغ رسالة الإسلام إليها، وعن هذين الاتجاهين الرئيسين يقول محمد حسين أبو صالح: إن إستراتيجية الدعوة تسير في اتجاهين هما:

تأمين وتقوية الجبهة الداخلية الإسلامية عبر التنمية الأخلاقية للأفراد. أما الاتجاه الثاني فهو تبليغ الدعوة إلى البيئة الدولية، وبالنظر إلى طبيعة البيئة التي تتعامل معها الدعوة والتحديات التي تواجهها يتضح أن امتلاك القوة الإستراتيجية يشكل

التوجه الرئيس لإستراتيجية الدعوة باعتباره العمود الفقري لنجاح الإستراتيجية، تتشكل القوة الإستراتيجية من خلال امتلاك عناصر القوة في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعسكري[1].

إن تبليغ الدعوة ميدانه عالمي وما الجهود القطرية إلا لتصب في الجهد العالمي فهو الميدان المقصود وإليه تنتهي غايات الدعوة:إن بلورة الرؤية الإستراتيجية الإسلامية ـ الرؤية العالمية ـ لا يمكن التوصل إليها إلا في حالة وجود رؤى إستراتيجية على مستوى الدول، وهذا يعني أن العمل على المستوى المحلي الذي يقود إلى بلورة الرؤية الإستراتيجية على مستوى الأقطار وبالتالي وحدة الأمة المسلمة في القطر المعين هو المدخل للرؤية العالمية التي ستعني حينها وحدة الأمة الإسلامية تجاه قضاياها الإستراتيجية ووحدة مشاعرها.

ويضيف محمد حسين أبو صالح: إن وجود ووضوح الرؤية الإستراتيجية الإسلامية العالمية والتوحد حولها في ظل امتلاك القوة الإستراتيجية هو السبيل ليس لإفشال المخططات الإستراتيجية الصليبية وحسب بل وأيضاً العبور فوق ذلك نحو تحقيق مفهوم إستراتيجية الدعوة الإسلامية ووصولها إلى كافة بقاع العالم [2].

1 . محمد حسين أبو صالح ،م.س.ذ.

2. محمد حسين ابو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي،

www.strateg.sd/strmedia.html,(2/4)

وموقع علي عيسى عبد الرحمن .

المبحث الثاني

الإعلام الدعوي وقطاع العاملين بالأوقاف

يرى الباحث أن هدف الإعلام الاستراتيجي للاتصال يقوم – على: مرسل, و مستقبل, و رسالة, و هدف, و وسيله, و الهدف من القيام بتوجيه رسالة من المرسل الداعية الإسلامي في المستقبل الجمهور باستخدام وسيلة من وسائل الاتصال لإيصال ما يريده المرسل إلى جمهوره المستقبل بلغة مفهومة ومختصرة بدون تكلف ولا تصنع مع التركيز على الهدف من إيصال الرسالة – على المستوى الإعلامي الديني أو السياسي أو الأدبي أو الاجتماعي أو الاقتصادي أو عمل رابط للرسالة بتاريخ العظماء الساسة و الدعاة و المفكرين المخلصين ليكون أبلغ في تأثيره على كافة المستويات ليستفيد منها كل الجمهور الذي يتم التواصل معه محلياً و إقليمياً أو دولياً و عدم ترك الجمهور العربي الإسلامي فريسة في يد الغرب ليبث إعلامه وفق أجندة تجعل من المستقبل رهينة فكر مناهض للإسلام و فكره و عقيدته و عاداته و تقاليده كما حصل مع الليبراليين من تشربهم و نهلهم علوم غربية جعلت منهم فزّاعة لأبواق صانعي القرار و المتنفذين سياسياً و عسكرياً بدل أن يتشربوا و ينهلوا من فكر الإسلام و إعلامه الدعوي ليقفوا مدافعين عن أبناء جلدتهم على كافة المستويات و الأصعدة وهذا ملاحظ عبر الإعلام المرئي و المسموع و المقروء بما يسمون بالانقلابين في دول (الربيع العربي), (الربيع الدموي) و ما نشاهده من تعاملات مخزية و بما تقوم به الأنظمة من محاكمات بإلصاق تهم لبعض المخلصين من أبناء الأمة دون أن تأخذهم رحمة في المؤمنين الموحدين و عرفنا كيف تم تشكيل إعلام و رأي

عالمي مزيف ليقنعوا الجمهور الغربي و العربي بأنهم أفضل من غيرهم، و الحق فيما يكون عليه الإعلام و الداعية لإبراز ما يجب أن يكون من تحليل للواقع و فهم للأخر و عرض للثقافة الاسلامية و قضاياها على اكثر من صعيد, و حشد الطاقات المكنونة للتواصل دعوياً وإعلامياً لعدد كبير من الجمهور المستقبل كي يعرف شريعة الإسلام و كيف وصلت إلى أنحاء متفرقة من العالم من لدن نبي اللـه.

و هذا يعني بأن المفهوم الاستراتيجي للاتصال الإعلامي يقوم كما يقول محمد حسين أبو صالح على:

مرسل ذو قدرات استراتيجية و تفكير استراتيجي ينطلق من منظور عالمي و ليس محلي.

وسيلة تتناسب مع البيئة الدولية من حيث مواصفات الإرسال و من حيث نطاق الإرسال الذي يجب أن يكون عالمياً.

رسالة تراعي التباين في البيئة الدولية بما في ذلك مستوى التقنيات و التطور الحضاري و القوانين و النظم, بعد ان كانت في المفهوم البسيط تتعامل مع بيئة بسيطة.

مستقبل عالمي متباين من حيث الأديان و الثقافات و العادات و التقاليد و الأعراف و السلوك الاجتماعي و اللغات و اللـهجات الخ..., بعد أن كان الإرسال موجهاً إلى مستقبلين موحدين إلى حد كبير من حيث التركيبة الاجتماعية و الثقافية و الدينية و اللغات المستخدمة وما إلى ذلك...[1]

1. محمد حسين ابو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي,

www.strateg.sd/strmedia.html,(2/4)

و أما استراتيجية الإعلام الدعوي:

الداعية الحريص الفطن يحتاج إلى وضع خطة استراتيجية لدعوته حتى تصل إلى عقل الجمهور المستقبل بدون عناء و لا تعب, و الإعلام جزء لا يتجزأ من الدعوة والداعية فلا بد من توفر أصحاب الخبرة العلمية و العملية من علماء و مفكرين و قادة ودعاة وإعلاميين بعقد مؤتمر إعلامي دعوي يضع النقاط على الحروف برسم خارطة طريق لإستراتيجية صحيحة تبقى متماشية مع فكر الجمهور المستقبل ويتجدد كلما ظهرت عوامل و ظروف تجعل تعديل أو إضافة على بنود الخطة كي يبقى الإعلام الدعوي صلباً قادراً على محاكاة الأجيال عبر سنين متواصلة، من عقد ندوات و محاضرات و لقاءات على هامش المناسبات الدينية عبر كافة وسائل الاتصال المباشر من فضائيات وإذاعة و تلفزيون, ورسائل نصية, و facebook, و twitter, youtube، و skype و غيرها, ليسهل التواصل مع الجمهور المستقبل في كافة الأوقات و المناسبات, و الرجوع إلى الرسائل النصية و المواقع الإلكترونية للاستفادة منها من أحكام في الشريعة, و فتاوى, و آداب, و إرشادات, و تذكير بالمناسبات الدينية, و توجيهات و نصائح لجميع الأعمار و غيرها مما يعد وسيلة صالحة مفيدة للجمهور المستقبل و هناك عناصر خمسة أساسية للإعلام الإستراتيجي كما ذكرها محمد حسين أبو صالح و هي:

تحديد المداخل الإعلامية المناسبة.

التراكمات المعلوماتية المنظمة.

الإرسال الإستراتيجي الذي يصل إلى الجمهور المستهدف.

اللغة المناسبة.

الجودة العالمية[1].

بالتواصل معه إقليماً و مؤثراً فاعلاً لتكوين رأي عالمي كما ذكر محمد حسين أبو صالح من خلال: بلورة أهداف استراتيجية يتم من خلالها تحقيق بناء فكري أساسي أو أحداث تغيرات فكرية أساسية و ذلك من خلال استيفاء العناصر الأساسية الخمسة:

تحديد المداخل الإعلامية المناسبة و التراكمات المعلوماتية المنظمة, الإرسال الإستراتيجي الذي يصل للجمهور المستهدف, بلغته, و بالجودة العلمية, ذلك بغرض مواجهة التحديات على البيئة المحلية و الاقليمية و العالمية, و يتضمن تحقيق القدرات التنافسية الإعلامية العالمية [2].

---

1. محمد حسين ابو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي

www.strateg.sd/strmedia.html,(2/4)

2 . محمد حسين ابو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي،

www.strateg.sd/strmedia.html,(2/4)

أما مفاهيم الإعلام فهي كما يراها منتصر حاتم:

أولاً: مفهوم تبعية الإعلام للدولة: نشأت عام (1450 هـ) عندما اخترع العالم الألماني آلة الطباعة فنشأت فكرة أن يقوم الإعلام أو تنشأ الصحافة لكي تدعم أو تؤيد الدولة أو السلطة.

ونفترض ألّا تقوم وسائل الإعلام في تحدي الدولة، وقد نادى بذلك فلاسفة ذلك العصر "هوبز وميكافيلي وهيجل وماركس".

ثانياً: المفهوم الغربي: ويرى أن لوسائل الإعلام الحق أن تكتب أو تقول ما تشاء دون أن تخشى التهديد بالانتقام من قبل السلطة، ومن دعاة ذلك: "جون بلتون وجون لوك وتوماس جيفرسون".

ثالثاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية: وهو معدل للمفهوم الغربي (حرية الإعلام) ويعني أن على وسائل الإعلام واجبات والتزامات واضحة وصريحة لخدمة الجماهير تعلو فوق جميع المال والكسب وظهرت هذه النظرية أو المفهوم للعوامل التالية:

1) الثورة التكنولوجية والصناعية في بداية القرن العشرين.

2) النقد المرير والموجه لوسائل الإعلام عندما أصبحت عامل ضغط للحكومات مما أعاقها عن العمل الاجتماعي الواجب.

3) الجو الفكري الجديد (حرية الإعلام) وضرره وخطورته.

4) إرساء قواعد المهنة الصحفية أو الإعلامية.

5) التطور التكنولوجي.

6) زيادة التعليم.

والمسؤولية تقوم على ما يلي:

1) الحفاظ على النظام السياسي القائم.

2) صيانة مصالح الأفراد والجماعات.

3) خدمة النشاط الاقتصادي.

4) تقديم الأخبار والبرامج وأنواع الترويح والتسلية.

رابعاً: مفهوم الملكية الشاملة: النظرية السوفييتية أو المفهوم الماركسي، وهو ملكية الدولة لسائر أجهزة الإعلام ووسائله المقروء والمسموعة والمرئية.

خامساً: المفهوم النخبوي: وله قادته ومؤسسوه مثل "شرام ودانيال ليرنو ولوسيان باي" وهم منتسبون إلى الفكر الإعلامي الفردي، وهم جيل وسائل الاتصال الجماهيري إذاعة، تلفزيون والتي لها أهمية في تحقيق التكامل القومي والتنمية الاقتصادية في البلدان النامية.

وهؤلاء ينادون أن تكون وسائل الإعلام تابعة للحكومات، لتساهم في عملية التنمية المناطة بالحكومات والدول، ويعد هذا المفهوم للإعلام أحد البدائل الأيديولوجية التي نادت بها كثير من دول العالم الثالث من خلال منظمة اليونسكو التي عقدت ندوة بهذا الخصوص.

والآن تدور رحى حروب وحوار بين المفهوم الغربي والمفهوم النخبوي، ولعل الانفتاح وتوفر وسائل المساهمة في وسائل الاتصال والإعلام سيقود ذلك إلى التفاهم الدولي والتقارب النفسي والفكري بين الشعوب.

سادساً: المفهوم الإسلامي: بـالرغم مـن انتشـار وتـداول هـذا المفهـوم إلا أن مفهومـه ومعناه ومحتواه غير واضحين ويكتنفها بعض التشويش، وهل يدخل تحـت المفـاهيم الخمسة السابقة؟

وفي رأي كثـير مـن المختصـين في هـذا المجـال أن عـدم الاهـتمام بالجانـب الفنـي والتكنولوجي لهذه الوسائل الإعلامية وما يلزم لها من التدريب والممارسة يعتبر سـبباً في عدم المساهمة في توضيح وتجلية المفهوم الإسلامي.

ومن الذين لهم دور في بيان ذلك "محمود كرم سليمان" في كتابه "التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام" سنة 1409 هـ [1].

وقد ذكرت المصادر الإسلامية عدة مفاهيم منها:

الإعلام الديني الذي يهدف إلى تزويد الجماهير بصفة عامة بحقـائق الـدين الإسـلامي المستمدة من الكتاب والسنة بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسـيلة إعلاميـة دينية متخصصة.

الإعلام الإسلامي هو أسلوب عصرنا الحديث لتبليغ رسالة الإعلام في مفهـوم المصـطلح القرآني الدعوة إلى اللـه أو النذارة أو البشارة.

ويرى منتصر حاتم أن الإعلام الإسـلامي بحاجـة إلى اسـتفادة مـن المفـاهيم الخمسـة السابقة، ولكن لا بد من ضبطه بضوابط:

أن تكـون الوسـيلة ليسـت مخالفـة للأصـول الشرعيـة والثوابـت المرعيـة، وأن يكـون مساهماً في العملية التنموية الاجتماعية والتعليمية في المجتمع الإسلامي ويمكن ربطه

1 . منتصر حاتم أيديولوجيات العالم الإسلامي ، م.س.ذ، ص 26 - 27 .

بالفكر الإسلامي المعاصر، ويمكن أن يكون الإعلام الإسلامي عبر قنوات ووسائل خاصة إسلامية محصنة، أو عبر وسائل الاتصال الإعلامية التابعة لجهات محايدة ولو كان فيها مخالفات إسلامية فالمهم أن تصل الدعوة والرسالة والمساهمة في تنمية المجتمعات الإسلامية كما هو أسلوب ومنهج النبي صلى الله عليه وسلم، يعرف ذلك من اطلع على سيرته وهديه في الكتب والموسوعات الخاصة بذلك.

بذلك لا بد للدعاة إلى الله عز وجل من تدريب كفاءات إسلامية وإعدادهم للمساهمة في ذلك، وإعطائهم المنهج في التعامل مع تكنولوجيا الاتصال الحديثة، والتركيز على القاعدة الكبيرة في الإسلام وهي مراعاة المصالح والمفاسد والمقاصد العامة في الإسلام [1].

مفهوم الأهداف الإستراتيجية:

هي النتائج النهائية المرغوبة من ممارسة الأنشطة المخططة أو إتباع الإستراتيجيات المطبقة، وتحدد الأهداف ما الذي يجب إنجازه ومتى؟ كما يجب التعبير عنها في صورة كمية وتختلف عن الغايات بأن الغاية هي عبارة عامة لما ترغب المنظمة في تحقيقه دون أن يكون محدداً بإطار زمني أو أن يتم التعبير عنه كمياً.

الأهداف:

هي النتائج المطلوب تحقيقها لترجمة مهام المنظمة ورسالتها إلى واقع عملي وتتسم بالتحديد الدقيق وإمكانية القياس والميل إلى التفصيل، وتتميز الأهداف بكونها تعكس:

---

1 . منتصر حاتم: المرجع السابق ،ص 28-29 .

حالة أو وضع مرغوب فيه.

وسيلة لقياس التقدم تجاه الوضع المرغوب.

نتيجة يمكن تحقيقها.

إطار زمني يمكن من خلاله تحقيق الأهداف المنشودة.

والخلاصة: أن الغايات أهدافاً عامة شاملة ترمي المنظمة إلى تحقيقها على المدى البعيد وتتسم بالعمومية والشمول، ولهذا فهي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالتخطيط الإستراتيجي.

أما العوامل المؤثرة في تحديد الأهداف:

المؤثرات الخارجية: (القيم الاجتماعية – مجموعات الضغط – التشريعات الحكومية).

طبيعة النشاط: (الموقف السوقي – نوعية المنتجات - التكنولوجيا).

الثقافة التنظيمية: (التاريخ والتطور – النموذج القيادي والإداري – الهيكل والأنظمة).

الأفراد والمجموعات: (توقعات أصحاب المصالح مثل العملاء والعاملين والملاك – النقابات وجماعات الائتلاف).

أما شروط الأهداف:

الارتباط بالرسالة والرؤية المستقبلية.

العملية والواقعية.

التحدي.

القابلية للقياس.

الجدولة الزمنية.

التوازن.

المساءلة الشمولية.

التدرج. [1]

أنواع الأهداف الإستراتيجية:

أهداف إستراتيجية (طويلة الأجل):

تصاغ بشكل عام وشامل حول النتائج الكلية المطلوب تحقيقها.

تضعها الإدارة العليا على مستوى المنظمة ككل.

طويلة الأجل وغير محددة النهاية.

أهداف تكتيكية (متوسطة الأجل):

تصاغ على مستوى القطاعات / الإدارات.

متوسطة الأجل ولها نهايات محددة.

أكثر تحديداً من الأهداف الإستراتيجية وتشتق منها.

تمثل الوسائل التي من خلالها تتحقق الأهداف الإستراتيجية.

أهداف تشغيلية (قصيرة الأجل):

تصاغ على مستوى الأقسام والوحدات والأفراد.

أكثر تفصيلاً وتحديداً من الأهداف التكتيكية وتشتق منها.

---

1 . بلال السكارنة : التخطيط الاستراتيجي ، م.س.ذ ، ص233 – 236 .

قصيرة الأجل وتمثل وسائل وأساليب تحقيق الأهداف التكتيكية.

ويوجد تصنيفات أخرى للأهداف:

1. الأهداف الرئيسية والأهداف الفرعية:

الأهداف الرئيسية: تمثل تلك الأهداف التي لا تحتاج إلى التدليل على سبب وجودها بل اكتفى بذكرها للتدليل عليها، وذلك مثل هدف تحقيق الانتشار الأفقي والرأسي.

الأهداف الفرعية: تمثل أهدافاً ذات طبيعة وثيقة ولها أهمية كبيرة في سبيل تحقيق الأهداف الرئيسية، وذلك مثل هدف "تحقيق كمية انتشار معينة في الشهر".

الأهداف المعلنة والأهداف الواقعية:

الأهداف المعلنة: وتمثل الأهداف المنشورة للجمهور من خلال تقارير وتصريحات بما يهم الجماعات وقوى التأثير الخارجية، كما تهم الإدارة العليا

في علاقتها بالعاملين وذلك مثل هدف المسئولية الاجتماعية تجاه المجتمع.

الأهداف الواقعية: وتمثل الأهداف التشغيلية والعملية اللازمة لإدارة العمليات داخل المنظمة بما يهم إدارة الأعمال.

الأهداف الفردية والأهداف التنظيمية:

الأهداف على المستوى الفرد: لكل فرد مجموعة فريدة من الأهداف المميزة والمحددة، ويمكن الاستعانة بنموذج تدرج الحاجات لـ(مازلو) في التعرف على الأهداف التي يسعى الفرد لتحقيقها، حيث يحدد كل فرد في كل مستوى من تلك المستويات إلى عدة أهداف يسعى إليها.

الأهداف على المستوى التنظيمي: هناك اختلاف حول تصنيفات الأهداف التي يجب أن تسعى المنظمة إلى تحقيقها وفي هذا الصدد نجد أن (بيتر دراكر) قد اقترح الأهداف التالية لمنظمات الأعمال:

الموقف من الانتشار.

الإبداع والتجديد.

الإنتاجية.

الموارد المالية والمادية.

الإنجاز الإداري والتطوير.

الربحية.

إنجاز العاملين واتجاهاتهم.

المسؤولية العامة.

والأهداف الإستراتيجية تتسم بالخصائص التالية:

إبراز الجوانب المالية وغير المالية.

وجود العديد من الأهداف والتي قد لا تكون متسقة مع بعضها البعض.

حتى يمكن الوصول للأهداف فلا بد من توسيع الأهداف، فوضع الأهداف التي تطالب بمجهود أكبر تجعل المنظمة تحاول أن تبذل أقصى جهود ممكنة.

ولا يعني ذلك أن الأهداف يجب أن تكون غير واقعية حتى لا تؤدي إلى إلحاق الضرر بالمنظمة، لأن الهدف الذي لا يمكن الوصول إله تتجاهله المنظمة.

أهمية وضع الأهداف الإستراتيجية:

هناك عدة نواحٍ تبرر لنا ضرورة وضع الأهداف من أهمها:

1. تعد الأهداف من أهم عناصر التخطيط.

2. تعد الأهداف مرشداً لاتخاذ القرارات.

3. تساعد الأهداف في المستويات العليا على وضع الأهداف في المستويات التي تليها.

4. يسهم وضع الأهداف في تحديد مراكز المسؤولية.

5. تسهم الأهداف في تفويض السلطة.

6. تسهم الأهداف في بيان نوعية العلاقات السائدة بالمنظمة وعلاقتها ببيئتها.

7. تسهم الأهداف في وضع المعايير والمقاييس.

الاعتبارات الواجب مراعاتها عند وضع الأهداف على النحو التالي:

1. القابلية للقياس الكمي.

2. الوضوح والبساطة والقابلية للفهم.

3. الموضوعية والواقعية.

4. الارتباط بعنصر الزمن[1].

ويرى الباحث أن خطة تنمية قطاع الدعاة والعاملين في وزارة الأوقاف والشؤون والمقدسات الإسلامية في الأردن تتمثل في الجدول التالي:

---

1 . بلال خلف السكارنة: التخطيط الإستراتيجي، م. س. ذ، ص 236 – 245 .

التحديات والمشاكل	الأهداف	السياسات والإجراءات	المشاريع
1- تدني مستويات الاعتماد وضبط الجودة. 2- عدم وجود نظام مقايضة لخريجي الجامعات والكليات. 3- ضعف مستوى الشفافية والمسائلة في إدارة القطاع. 4- ضعف قدرات موظفي الإدارة وغياب آليات التطوير والتحديث. 5- غياب آلية مؤسسة للبحث العلمي في القطاع. 6- ضعف مشاركة أساتذة الجامعات المتخصصين في صياغة وإعداد سياسات وبرامج ومفاهيم للإعلام الدعوي. 7- ضعف الجانب التمويلي للقيام بأعباء الدعوة. 8- ضعف التناغم ما بين الإعلام الدعوي والدعاة وبين الجمهور المتلقي. 9- عدم تلاؤم التوظيف في القطاع ومتطلبات الرسالة الإعلامية الدعوية.	1- تشجيع ودعم البحث العلمي ورفع مستواه. 2- وضع آلية مناسبة للموائمة بين الموظفين الأردنيين وسبل تطوير الإعلام الدعوي من قبل الدعاة. 3- مراعاة تأمين التمويل اللازم للإعلام الدعوي ونشر رسالته. 4- مواكبة التطورات الجديدة في ايصال الرسالة الإعلامية الدعوية وتفعيلها 5- وضع شراكة حقيقية بين أساتذة الجامعات المتخصصين وبين الإعلاميين الدعويين "خطباء ومدرسين". 6- توفير البيئة المناسبة الداعمة للإبداع والتميز. 7- إعداد كوادر مؤهلة متخصصة في حقول المعرفة المختلفة.	1- اعتماد والتعيين والقبول حسب الكفاءات والخبرة. 2- الموائمة بين رغبات الطلبة المتخرجين ومجال التعيين والعمل ضمن مناطقهم. 3- إعداد الخريجين من الطلبة الإعلاميين الدعويين للنهوض بالدعوة. 4- إنشاء مراكز التطوير أداء الإعلاميين الدعويين. 5- إنشاء صناديق لدعم الإعلاميين الدعاة لتسهيل تنقلهم بين مدن المملكة. 6- تحديث برامج الدعوة والإعلام بخطط إستراتيجية للمدى البعيد. 7- تحديث مكاتب الأوقاف حسب الخبرة والمؤهل ودعم سياسة الإعلام الدعوي. 8- إنشاء هيئة عليا للبحث العلمي الدعوي. 9- إنشاء مراكز للتميز في كل دائرة. 10- تهيئة الكوادر البحثية التي تتمتع بالكفاءة العلمية لتطوير الإعلام الدعوي.	1- مشروع تطوير البحث العلمي والكوادر المتخصصة. 2- تطوير مشروع عملية الاعتماد. 3- إنشاء معهد لتدريب الدعاة والإعلاميين للنهوض بالدعوة. 4- مشروع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المديريات الموزعة على المملكة. 5- مشاريع مستوى مخرجات نظام الإعلام الدعوي. 6- مشروع دعم الحوسبة من قبل الوزارة لموظفي الكوادر الإعلامي الدعوي وخاصة ما يتعلق بالحج وغيره.

(1)

1 . تخطيط الباحث وتصميمه بتصرف .

المبحث الثالث

خطط المسار الاستراتيجي للإعلام الدعوي

يرى الباحث بأن خطة المسار الإستراتيجي للإعلام تعتبر من أهم الوسائل التي يتم من خلالها تحقيق كثير من الأهداف التي يرسمها الدعاة الإعلاميون في دعوتهم للجمهور المستقبل بما ينسجم مع مطلوبات و أنشطة الإنفاق الحكومي- فمثلا في المملكة الأردنية الهاشمية يتم ذلك عن طريق وزارة الأوقاف و الشؤون و المقدسات الاسلامية بتنسيق مع الأئمة و الخطباء والدعاة ووضع خارطة و برنامج وطني متكامل و اختيار بعضاً منهم في جولات ميدانية تستغرق أياماً سواء كان في شمال المملكة أو جنوبها أو شرقها أو الأغوار الشمالية أو الجنوبية، يتم من خلالها النهوض بمستوى الدعوة وذلك بقيام هذه المجموعة بالاتفاق حسب أوقات الصلاة لإعطاء دروس و مواعظ و ربطها مع الحاضر و الواقع، وتحفيز الجمهور في تلك المناطق بوضع برنامج على أبواب المساجد لإعلام الجمهور بموعد الدروس التي سوف يتم إعطائها للحاضرين, والقيام بزيارات ميدانية من قبل بعض العلماء و مشايخ من دائرة الإفتاء بمجالسهم وإعطاء المحاضرات و مناقشة أوضاعهم وأوضاع المسلمين، ووضع حلول لمشاكلهم اليومية سواء على المستوى الديني أو التعليمي أو الاجتماعي أو الاقتصادي إلخ...، مما يعين أهل تلك المناطق على فهم طبيعة الحياة و ربط حياتهم مع الواقع و ذلك من خلال الزيارات الميدانية يشرف عليها مسؤولون من وزارة الأوقاف لدعم مسيرة الإعلام الدعوي الديني مستمعين لما يعانيه أهل تلك المناطق النائية من ضعف في الوعظ والإرشاد، وشوقهم للقاء الوعاظ

والمرشدين والدعاة والعلماء العاملين, وكما رأيت في إحدى الجولات التي خرجت فيها مع الموظفين من وزارة الأوقاف أئمة ووعاظ وعلماء ودعاة وبعد التعرف على ما يعانيه الجمهور في تلك المناطق من ضعف للموارد وقصور في توفر العلماء العاملين وقلة المواعظ, فقد قام وزير الأوقاف ومعه مساعدوه من الوزارة مشكورين ببيان أهمية الدعوة وإيصالها إلى أنحاء مختلفة من المملكة ليتمكن الناس الجمهور من التقارب مع الدعاة والأئمة والعلماء دينياً وأخلاقياً ووعودهم بإتمام المسيرة مرات ومرات بلقاء متكرر حتى لا يكونوا فريسة للمبشرين الغربيين، كما وقاموا بتوزيع المساعدات العينية والنقدية ودعم المشاريع في حفل يضم الكثير من أبناء المناطق غور الصافي, حيث ظهرت عليهم ملامح الفرح والسرور.

إن خارطة المسار الإستراتيجي تحدد المصالح الوطنية الإستراتيجية كما تحدد نقاط الضعف والمهددات التي تعترض تحقيق تلك المعالم [1].

وهناك خطوات للإعلام الإستراتيجي أوسع من ذلك لها أثر كبير في جعل الإعلام والدعاة ينهجون طريقاً محدداً يصلح إلى أمد بعيد مادام أن هناك رؤى متكاملة الأهداف يقوم بها الدعاة وأعلام الفكر بالتنسيق مع بعضهم البعض على المستوى الإقليمي والدولي ليتم التوافق على خطى مدروسة ومميزة لا يشوبها ولا يعتريها ضعف، تصلح للأجيال المتعاقبة جمعاء, ويتقبلها الجمهور المستقبل ويناقشها

---

1. محمد حسين ابو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي,

www.strateg.sd/strmedia.html,(2/4)

بدون عناء، ويتعرف على كل ما يصلح له من أمور العقيدة والفكر والدعوة, ولذلك نجد محمد حسين أبو صالح يضع خطوات للإعلام الإستراتيجي تتمثل:-

تحليل ودراسة البيئة الداخلية ويشمل ذلك:

دراسة الإستراتيجية القومية للتعرف على المصالح الإستراتيجية الوطنية ونقاط الضعف والقوة والفرص والمهددات والقضايا الإستراتيجية على المستوى العام.

دراسة الإستراتيجية الاقتصادية للتعرف على المصالح الاقتصادية الوطنية المطلوب توفير السند الإعلامي لها.

دراسة الإستراتيجية السياسية للتعرف على المصالح السياسية المطلوب توفير السند الإعلامي لها.

دراسة الإستراتيجية الاجتماعية للتعرف على المصالح الاجتماعية المطلوب توفير السند الإعلامي لها.

دراسة الإستراتيجية العلمية والتقنية والعسكرية للتعرف على المصالح الوطنية في هذه الجوانب المطلوب توفير السند الإعلامي لها.

دراسة الإستراتيجيات الفرعية للتعرف على نقاط الضعف المطلوب علاجها والمهددات المطلوب التعامل معها بجانب التعرف على القضايا الإستراتيجية للإستراتيجيات الفرعية.

دراسة طبيعة التغيير الإستراتيجي المطلوب إنجازه عبر الإعلام.

التعرف على البيئة الخارجية من منظور إعلامي كما يلي:-

من منظور الفرص والمهددات والتحـديات والقضـايا الإسـتراتيجية والتطـوير العلمـي والتقني.

من المنظـور الاقتصـادي: النظـام الاقتصـادي العـالمي, الـنظم والسياسـات والأوضـاع الاقتصادية العالمية, الإستراتيجيات الاقتصادية العالمية.

من المنظور السياسي: النظام السياسي العالمي, الإستراتيجيات الرئيسية, دراسة القـوة الإستراتيجية وعناصرها ومرتكزاتها.

من المنظور القانوني: الأوضاع القانونية الدولية والمعاهدات والاتفاقيات.

من المنظور السلوكي النفسي.

من المنظور التاريخي.

اختيار الإستراتيجيات.

تنفيذ الإستراتيجية.

التغيير الإستراتيجي.

المتابعة والتقييم والتقويم [1].

كما أن التخطيط السليم يوفر الوقت والجهـد والمـال للقيـام بالأنشـطة المطلـوب أدائها لتحقيق أفضل النتائج وخاصة إذا كان هناك تنسـيق مـابين المخطـط والداعيـة والمفكر والإداري والسياسي في كافة المجالات لأنه يؤدي إلى زيادة الكفاءات المطلوبـة والفاعلة على كافة المستويات، وكما يرى بلال السكارنة أن: التخطـيط نشـاط فـردي

1. محمد حسين ابو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي, (2/4),م.س.ذ .

يعتمد إلى حد كبير على اعتبارات مثل الخصائص المميـزة للمنظمـة, ورغبـات أعضـاء الإدارة العليا, والظروف المعينة خارج المنظمة والتي تؤثر على عملياته, والشـخص أو الأشخاص الذين يقومون بأداء وظيفة التخطيط وبـالرغم مـن هـذه الاعتبـارات فـإن معظم العمل التخطيطي يتميز بخطوات أساسية معينة وهي:

1_ تحديد الأهداف.

2_ وضع الفروض التخطيطية.

3_ تحديد البدائل.

4_ تقييم البدائل.

5_ الاختيار.

6_ تكوين الخطط المشتقة [1].

أساليب التخطيط:

يعتبر الأسـلوب العقـلاني مـن أهـم الأسـاليب التـي يمكـن اسـتخدامها في عمليـات التخطيط المختلفة، نظراً لما يمتاز به من خصائص تنسجم مع طبيعة وجـوهر عمليـة التخطيط من جهة ومع التقنيات والأدوات التي يمكن توظيفها في مجالات التخطـيط من جهة أخرى.

والأسـلوب العقـلاني: يعنـي مجموعـة مـن الخطـوات الإجرائيـة والمرحليـة المترابطـة والمتسلسلة التي تحمل في أحشائها معاني التكامل والشمول وتسعى لتحقيق أهداف

1. بلال خلف السكارنة : التخطيط الاستراتيجي، م. س. ذ، ص 45 – 46 .

منشودة ومرغوبة بأقل كلفة وجهد وزمن خلال فترة زمنية معينة. ولكي يتحقق ذلـك فقد اعتمد الأسلوب العقلاني على النظام أو المنظومة كإطار لتحليل المشكلات وفهـم وتحديد أسبابها وأبعادها وعناصرها والعلاقـات والتفـاعلات بـين هـذه العنـاصر ومـا ينجم عن ذلك من آثار سالبة وموجبـة وهـو بـذلك أسـلوب مـن أسـاليب التخطـيط المتكاملة والشاملة والكلية.

وهو أسلوب تحليل النظم أو المنظومات.

والتخطيط العقلاني في حالة بناء السيناريوهات يتعامـل مـع أي مشـكلة أو قضـية على أساس أنها نظام أو منظومة متكاملة ومن ثم يجري تحليلها من خـلال مـرحلتين رئيسيتين هما:

أ) مرحلة تحليل المنظومة (المشكلة أو القضية):

وهنـا يسـتخدم الأسـلوب الاسـتنباطي أو الاسـتنتاجي، حيـث يـتم تجزئـة الأفكـار والحقائق العامة والكلية والخاصة بالمشكلة إلى أفكار وحقائق جزئية وهذا يعنـي أن بندأ من الكليات وصولاً إلى الجزئيات أو من العام إلى الخاص.

ب) مرحلة تركيب أو إعادة بناء المنظومة (المشكلة أو القضية):

يستخدم في هذه المرحلة الأسلوب الاستقرائي حيـث يـتم توليـف وإعـادة تركيـب مجموعة الحقائق والأفكار الجزئية للخروج منها أو حقيقـة كليـة أو عامـة، إن هـذه المرحلة تبدأ من الجزئيات نحو الكليات أو من الخاص إلى العام.[1]

---

1 . عثمان محمد غنيم :الاتجاهات الحديثة في التخطـيط ، ط2 ،(عـمان – الأردن : مؤسسـة تسـنيم ، 2008م)، ص 97.

ويعني أن الهيكل العام لهذه المنظمة يتكون من بيئتين رئيسيتين هما:

أ) البيئة الخارجية للمنظومة/ المشكلة:

وهذه تمثل البيئة أو المحيط الخارجي الذي يعمل فيه النظام أو يتواجد فيه ويؤثر ويتأثر به ولكن مكونات هذه البيئة تقع خارج سيطرة النظام.

ب) البيئة الداخلية للنظام/ المشكلة:

تتكون هذه البيئة من ثلاثة مكونات رئيسة كالتالي:

مدخلات المنظومة:

تأتي هذه المدخلات من البيئة الخارجية، وتأخد شكل مدخلات مادية (Input) أو مدخلات غير مادية (Incomes).

التفاعلات: ويقصد بها أشكال التعامل والعمليات التحويلية (Transformation) التي تحدث للمدخلات داخل النظام.

مخرجات النظام: وهي نواتج النظام والتي عادة ما ترتبط كماً ونوعاً بأهداف النظام نفسه وهنا يمكن التمييز بين مخرجات مادية (Output) ومخرجات غير مادية (Outcomes)، كذلك يمكن التمييز بين مخرجات نهائية تشكل مدخلات للبيئة الخارجية للنظام ومخرجات راجعة تعود مرة أخرى إلى النظام نفسه على شكل مدخلات [1].

1 . عثمان محمد غنيم : المرجع السابق ، ص 103 – 104 .

منهجية أسلوب التخطيط العقلاني: يتكون أسلوب التخطيط العقلاني من مجموعة من الخطوات الإجرائية المتسلسلة والمترابطة كما يأتي:

تحديد وتعريف المشكلة أو القضية البحثية الرئيسة.

وصف المشكلة أو القضية على شكل منظومة أو نظام رئيسي وتحديد مدخلاته من العناصر أو النظم الفرعية الأخرى.

جمع البيانات عن المنظومة أو النظام الرئيسي (المشكلة أو القضية البحثية) والبيئة أو المحيط الخارجي الذي تتحرك في إطاره.

تحليل النظام (المشكلة الرئيسية) لتحديد أسباب المشكلة وتحديد التعديلات التي ينبغي إجرائها على عناصر النظام لوضع حلّ للمشكلة.

تطوير أو اشتقاق منظومات بديلة للمنظومة الحالية تساعد في تقديم حلّ للمشكلة قيد الدراسة.

اختيار المنظومة المثلى أو أنسب منظومة لحلّ المشكلة.

تنفيذ وتجربة المنظومة التي وقع عليها الاختيار لتقرير استمرار الأخذ بها أو تعديلها لحلّ المشكلة.

استخدامات الأسلوب العقلاني: يمكن استخدام الأسلوب العقلاني بشكل كبير في عمليات التخطيط البنيوي لإجراء تغييرات هيكلية وجذرية في الجوانب الاقتصادية المختلفة، كذلك يمكن استخدام الأسلوب العقلاني كتخطيط علاجي من أجل وضع حلول لكثير من المشكلات الاقتصادية والاجتماعية المراد دراستها وحلها،

وأيضاً يمكن أن يستخدم هذا الأسلوب في مجال الوقائي للحيلولة دون وقوع مشكلات اقتصادية أو اجتماعية أو بيئية معينة، وبالتالي فإن الأسلوب العقلاني يمكن أن يساعدنا في مجال التخطيط التنموي على مستوى الدولة وفي مجال إدارة الأعمال على مستوى المشاريع في تلافي وقوع مخاطر أو مشكلات معينة وفي نفس الوقت يساعدنا في الاستفادة من الفرص المتاحة وتوظيفها بشكل جيد لتحقيق أهداف الدولة أو أهداف المؤسسة.[1]

أسلوب التخطيط التجزيئي: الأسلوب التجزيئي هو عكس الأسلوب العقلاني، ولكي ندرك الفرق بين هذين الأسلوبين من أساليب التخطيط فإنه لا بد من التعرف على سمات وخصائص ومكونات هذا الأسلوب كما يلي:

1. المبدأ الأساسي الذي يقوم عليه هذا الأسلوب هو: أن عملية التخطيط يجب أن تحدث في أضيق نطاق ممكن ومن خلال أقل عدد من البدائل.

2. عملية التخطيط في هذا الأسلوب هي عملية تقوم لإحداث تغيير محدود وغير جذري في طبيعة المشكلة القائمة على عكس التخطيط العقلاني.

3. تقوم عملية التخطيط في هذا الأسلوب على فكرة إيجاد حلول وسط للمشكلات وعلى مبدأ تحقيق التوافق والتنازل.

4. عملية التخطيط وفق هذا الأسلوب لا تشتمل على أكثر من تغيرات محدودة على الوضع الراهن.

---

1 . عثمان محمد غنيم : المرجع السابق ، ص 104 – 107 .

5. لا يمكن استخدام هذا الأسلوب من أساليب التخطيط في عمليات التخطيط التي تمتاز بوجود مصالح متنافسة ووجهات نظر متصارعة كما هو الحال في تخطيط استخدام الأرض مثلاً.

6. يركز هذا الأسلوب من أساليب التخطيط على أهمية العامل السياسي على العكس من الاتجاه العقلاني الذي يستبعد هذا العامل.

7. يتميز هذا الأسلوب من أساليب التخطيط بعدم وجود معيار متفق عليه مسبقاً يساعد في التحكم في عملية التوافق المشترك أو إيجاد الحلول الوسطى [1].

أساليب التخطيط التشاركي: هناك العديد من أساليب التخطيط التشاركي المستخدمة والمطبقة في مناطق ودول العالم المختلفة ومن قبل جهات ووكالات دولية مختلفة، وفيما يلي تعريف ببعض هذه الأساليب:

1. أسلوب LogFrame وتطبقه وكالة الإنماء الأمريكية USAID في مشاريعها.

2. أسلوب SPRING.

3. أسلوب ZOPP وقد طور من قبل وكالة الإنماء الألمانية GTZ.

أهمية التخطيط التشاركي: لا شك أن غياب التأثير الشعبي على صناعة القرار التنموي يؤدي إلى عدم التمكن من استغلال الموارد الطبيعية والبشرية في الدول أو الإقليم بشكل عقلاني فاعل، كذلك يحول دون وصول المجموعات السكانية الفقيرة إلى الموارد، وهذه تقود إلى عدم اتباع حاجات ورغبات هؤلاء السكان، من هنا تنبع أهمية المشاركة الشعبية.

---

1 . عثمان محمد غنيم : المرجع السابق ، ص 107.

1. تمكـين المجموعـات السـكانية الفقـيرة مـن الوصـول للمـوارد ومصـادر الـدخل والخدمات.

2. تعظيم دور التأثير الشعبي على سياسات صنع القرار ومـا يتعلـق بهـا مـن إحـلال ورصد للموارد واستغلالها بشكل عقلاني.

3. تعميق الشعور بالاعتماد على النفس لدي السكان والتي من شأنها زيـادة وعـيهم بقدراتهم وتمكينهم من إشباع حاجاتهم.

4. الحد من سيطرة النخب وجماعات المصـالح عـلى القـرار التنمـوي والحيلولـة دون توجيه التنمية ومشاريعها لخدمة مصالحهم فقط.

مـنهج التخطـيط التشـاركي: تتعـدد أسـاليب التخطـيط التشـاركي، ويقصـد بهـا تلـك الأساليب التي تشارك فيهـا المجموعـات المسـتهدفة بشـكل مبـاشر في عمليـة إعـداد وتنفيذ ومتابعة خطط التنمية في مناطقهم، وأحياناً تأخذ المشاركة صوراً وأشكالاً غـير مباشرة، حيث يشارك في إعداد وتنفيذ ومتابعة الخطط التنموية مـن ينـوب أو يمثـل المجموعات المستهدفة ويعتبر أسلوب المشاركة المباشر أكثر فاعلية ومصداقية وكفاءة.

ظهرت أساليب التخطـيط التشـاركي بعـدما أثبتـت تجـارب الأمـم والـدول أن فريـق التخطـيط التنمـوي أو العمـراني وحيـداً لا يمكـن أن يقـدم خططـاً وحلـولاً ناجعـة للمشكلات إلّا في حالة مشاركة المجموعات السـكانية المسـتهدفة بالتنميـة في إعـداد وتنفيذ التنمية الموجهة لهم ومن منطلق أن أهل مكة أدرى بشعابها.

فقد أثبتت التجارب التنموية أن السكان المعنيين بالتنمية هم الأقدر على تحديد وإبراز مشكلاتهم وأسبابها ونتائجها، وهم أيضاً الأقدر على اقتراح الحلول المناسبة لهذه المشكلات بما يتناسب مع المعطيات البيئية والاقتصادية والاجتماعية لمناطقهم، لذلك ظهرت وتطورت أساليب التخطيط التشاركي من أجل ضمان نجاح خطط التنمية في تحقيق أهدافها ومن أجل دمج السكان المعنيين في عملية التنمية وتهيئتهم لتقبل التغيير الذي سينجم عن هذه العملية.

المبدأ الأساسي الذي تقوم عليه عملية المشاركة يتمثل في مدى قدرة الشرائح السكانية المستهدفة بالتنمية في التأثير على عملية صنع القرار التنموي وتوجيه وصياغة القرارات التنموية بما يخدم حاجاتها ورغباتها.

الهدف الأساسي لعملية المشاركة الشعبية يتمثل في تحقيق توزيع عادل نسبياً لعوائد النمو والتنمية سواء أكان ذلك على مستوى الطبقات والشرائح السكانية أو المناطق والأقاليم والمناطق المختلفة [1].

وهناك أساليب أخرى للتخطيط ذكرها بلال سكارنة وهي:

1. **أساليب التنبؤ:** إذ أن التنبؤ يساعد على التوقع بالأحداث المستقبلية اعتماد الأساليب الرياضية والإحصائية لهذا قيل عنه أنه الفن المساعد والداعم للعملية التخطيطية ومن طرقه:

أ) الأساليب النوعية: وهي الطرق التي تعتمد على التخمين والحدس الذاتي والخبرة المتراكمة لدى الإداريين ومنها تقدريرات المديرين بطريقة دلفي وغيرها.

1 . عثمان محمد غنيم: المرجع السابق، ص 113 – 115.

ب) الأساليب الكمية: وهي الطرق التي تعتمد على الأساليب الإحصائية والرياضية وهي أكثر دقة من الطرق النوعية ومنها الطرق البيانية والمتوسطات المتحركة والانحدار والتمهيد الأسي البسيط.

2. **أسلوب البرمجة الخطية:** وهو أسلوب رياضي يحتوي على دالة هدف واحدة أو عدة دوال يسعى الإداري لتحقيقها في ظل مجموعة من القيود والمحددات المعروفة كالموارد والقوى البشرية وغيرها. وسميت بالخطية لأن معادلاتها ودالة الهدف فيها إما لتعظيم المخرجات أو لتصغير المدخلات.

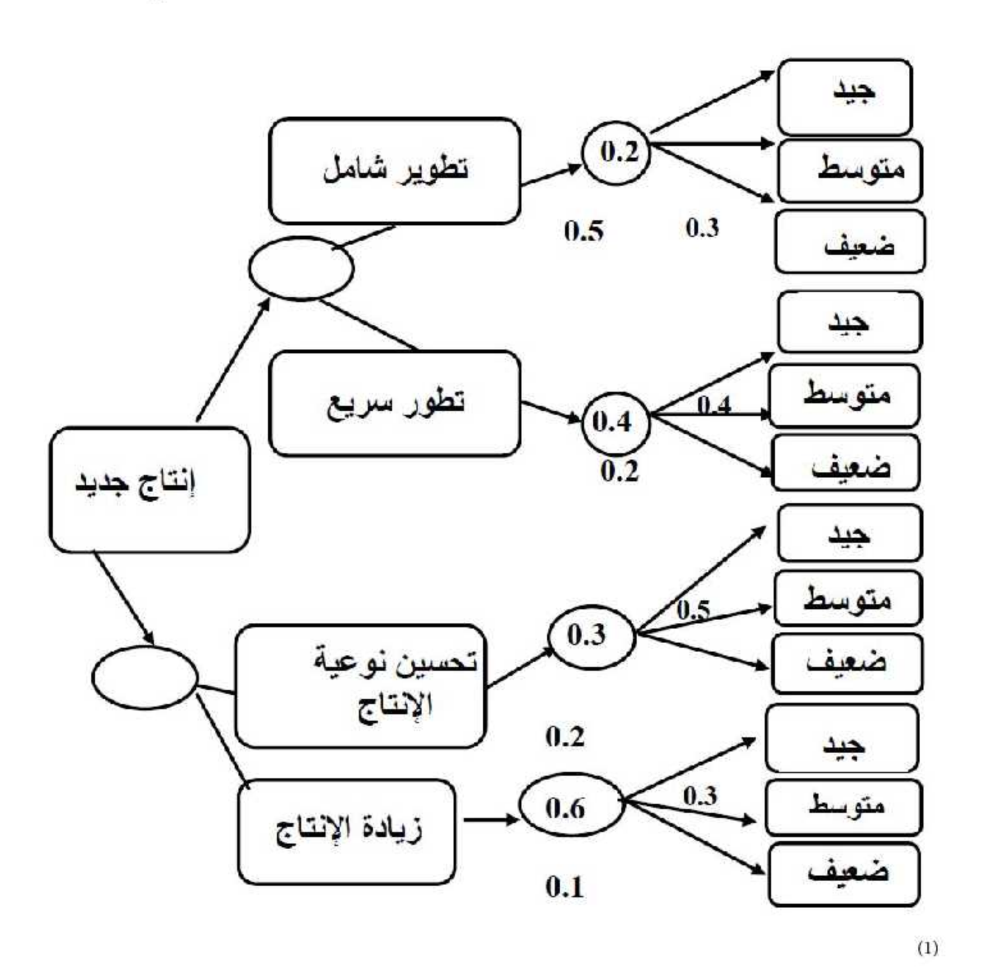
3. **أسلوب التخطي الشبكي:** ويقوم هذا الأسلوب على نماذج شبكية توضح طريقة اتخاذ القرارات للوصول إلى أهداف معينة وحيث أن تحقيق الأهداف يقع في صلب العملية التخطيطية فإن الأسلوب الشبكي يساعد في بلوغ ذلك. ومن الأساليب الشبكية: مشكلة النقل ومشكلة التخصيص ومشكلة أقصر مدار ومشكلة المسار الحرج ومشكلة أقصى تدفق.

4. **أسلوب الإدارة بالأهداف:** يركز هذا الأسلوب على المشاركة الواسعة للعاملين في وضع الأهداف وسبل تحقيقها وتتم عملية التخطيط وفق هذا الاسلوب بالخطوات الآتية:

- وضع الأهداف.
- إعداد خطة العمل.
- عمل المراجعات الدورية.
- تقييم الأداء.

5. **أسلوب شجرة القرارات:**

وهـي أداة لاتخـاذ القـرارات الإداريـة والماليـة والاقتصـادية وتتطلـب الكثـير مـن المعلومات وأنها تقدم تصوراً فعالاً عن القرار الأفضل والقرارات البديلة والآثار المترتبة على هذه القرارات إضافة إلى مخاطر وفوائد كل قرار حسب الشكل التالي:



(1)

1 . بلال خلف السكارنة: التخطيط الإستراتيجي، م. س. ذ، ص 82 – 84.

المبحث الرابع

مفهوم التخطيط الإستراتيجي للإعلام الدعوي وخصائصه

وردت عدة تعريفات ومفاهيم للإستراتيجية في كتب* الإستراتيجية لكثير من الكتاب والمفكرين والإعلاميين والباحثين تمت صياغتها لتناسب منظمات الأعمال دون الالتفات لمفهوم الإستراتيجية عموما سواء على المستوى السياسي أو التعليمي أو الإعلامي أو الاجتماعي أو الأمني أو الاقتصادي الخ...

ومع بروز ما يسمى بنظام العالم الجديد كان له تأثيرا على مفهوم الإستراتيجية بشكل أوسع للتطور في شتى المجالات الإلكترونية أو العلمية أو الطبية أو التكنولوجية أو الإعلامية وغيرها.

ويمكن تعريفها:

قدرة الدولة على امتلاك القوة الإستراتيجية الشاملة التي تتيح لها تشكيل المستقبل وفق الإرادة الوطنية, وتهيئة الأوضاع المطلوبة لتحقيق ذلك [1].

نفهم من ذلك أن أي استراتيجية على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي تحتاج إلى امتلاك قوة شاملة تملأ الفراغ, ولا تجعل فجوة في تخطيطها الإستراتيجي حتى لا تقع في أزمات تعيق إدارة وتسيير الأمور حسب الخطة التي ترسمها.

---

1 . محمد حسين ابو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي,

www.strateg.sd/strmedia.html,(2/4)

وفي ظل التحديات العالمية الراهنة لايمكن قبول مفهوم للقوة لا يعبر عـن القضـايا الإستراتيجية المتمثل أهمها في الأمن القومي, والأمن الإنسـاني, والحفـاظ عـلى البيئـة, وتوفير طاقة آمنـة ورخيصـة الاسـتغلال الأمثـل للمـوارد, بجانـب الجوانـب المتعلقـة بتحقيق القدرات التنافسية بالمنظور العالمي إلخ... [1].

ولهذا كان لزاما على الدعاة والإعلاميـين الـذين يتصـدرون المنـابر بالحـديث عـن الدعوة والفكر والعلم والفقه وغيرها من العلوم الدينيـة والدنيويـة والأخرويـة أن يضعوا خططا استراتيجية تنهض بالأمم والشعوب والحديث مع الجمهور المستقبل بما يتناسـب مـع عقـولهم وتطـورات العلـم والتكنولوجيـا عـبر كـل الوسـائل الفضـائية والتلفزيـون والإذاعـة والصـحف والمجـلات والحاسـوب والهـاتف المحمـول وطـرق التواصل الاجتماعي ليتم التواصل بين المرسل والمستقبل بلغة مفهومة واضحة علميـة متطورة ليتم الإقناع والالتفاف حول الدعاة والإعلاميين والمفكرين والعلـماء العـاملين آخذين بذلك قول اللـه عز وجل: ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ﴾ [2].

فالحوار البناء الهادف , والأسلوب العميق المتمثل بالشـفافية وفهـم الآخـر , ومـا يحتاجه من علوم في شـتى المجـالات, يفـتح العقـول لتقبـل المفـاهيم والأفكـار التـي تعرض على الجمهور المستقبل, وهذا كثيرا ما نجـده مـن كتابـات متعـددة الجوانـب والأفكـار مـن قبـل الكثـير مـن العلـماء والـدعاة والإعلاميـين والمفكـرين وخـبراء

1 . محمد حسين ابو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي,
www.strateg.sd/strmedia.html,(2/4)

2. سورة النحل، آية 125.

الاستراتيجية بكافة جوانبها, قرأت ذلك بوضوح وتمعن من خلال مجلة الوسطية لمنتدى الفكر الوسطي التي تصدر في المملكة الأردنية الهاشمية مناقشين في ذلك أحوال المسلمين وأوضاعهم في أغلب الدول العربية والإفريقية وغيرها على كافة المستويات والأصعدة وكتابات ومدونات تعنى بالفقه والعقيدة والفكر والمقدسات والرد على من يريد تشويه صورة الإسلام والمسلمين.

فهناك المؤتمرات التي تعقد بشكل دوري أو شبه دوري تناقش فيه أحوال المسلمين يضعون فيها النقاط على الحروف للنهوض بالجمهور العربي المسلم ليتعرف على عقيدته السمحة ودينه الوسطي وبنبيه محمد ﷺ وإستراتيجيته في دعوته سرا ودعوته جهرا

قال تعالى: ﴿ وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطاً لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيداً ﴾ [1].

ولله در الباحثين والعلماء العاملين والدعاة والإعلاميين وأخص منهم محمد حسين أبو صالح حينما وضع تعريفا للتخطيط الإستراتيجي شاملا جامعا يرجع إليه الطلاب والباحثين والمفكرين والدعاة والإعلاميين بما يعود على الجميع بالفائدة والوقوف على المفهوم العلمي للتخطيط الإستراتيجي وهو التخطيط الإستراتيجي: هو العملية التي يتم من خلالها وضع الإستراتيجية وتتضمن التحليل الإستراتيجي واختيار التوجه الإستراتيجي وتحديد الغايات والأهداف الإستراتيجية, وتحديد البدائل, ويعني بإيجاد الترابط والتناسق بين الأهداف الإستراتيجية والمرحلية

---

1. سورة البقرة، آية 143.

والأهداف قصيرة الأجل, وكذا الترابط والتناسق بين الأهداف والتشريعات والسياسات الإستراتيجية, وتحقيق التكامل بين كل منها بما يضمن أن كافة الجهود المتناثرة تصب تجاه تحقيق الغايات المحددة بأفضل السبل والتكاليف, وذلك في ظل الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والمهددات والمخاطر والتطورات العلمية محليا وإقليميا ودوليا [1].

ويمكن توضيح الفرق بين التخطيط بمفهومه العادي والتخطيط الإستراتيجي كما يلي:

إن التخطيط بمفهومه العادي يعمل على التنبؤ بالمستقبل وهي مهمة دائما ما تعتمد على دراسة وتحليل بيانات ومعلومات الماضي والحاضر, أما التخطيط الإستراتيجي فهو لا يسعى للتنبؤ بالمستقبل وإنما يسعى إلى تشكيل المستقبل من خلال بلورة وتحقيق أهداف كبرى غالبا ما تتصف بالجرأة والمبادرة قد يسبق تحقيقها إجراء تغييرات أساسية وجوهرية في البيئة.

التخطيط بمفهومه العادي غالبا ما يجاري الواقع, مثال لذلك أن مستثمراً لو أراد انشاء مصنعاً آليا للكسرة, فإنه وفق مفهوم التخطيط العادي فسيقوم بتحليل بيانات الماضي والحاضر ولنقل أنه اكتشف أن بيانات الماضي والحاضر تشير إلى أن استهلاك المواطنين من الكسرةِ ظل يتناقص بمعدل 2% سنويا, وهو وفق تلك البيانات يستطيع أن يتنبأ بمعدلات الاستهلاك في السنوات القادمة, وبالتالي سيرى إن كان

---

1 . محمد حسين ابو صالح: التخطيط ، المرجع السابق .

هذا الوضع مجدٍ اقتصادياً له فسيقوم بإنشاء المصنع, والعكس فإنه سيلغي الفكرة. لعلكم تلاحظون أنه لم يغير شيئا في الواقع بل قام بمجاراته.

أما في حالة التخطيط الإستراتيجي فالعكس تماما هو الذي يحدث, حيث يقوم التخطيط الإستراتيجي ببلورة عدد من الأهداف الطويلة أو المتوسطة التي يهدف من خلالها إلى إحداث التغييرات المطلوبة لقيام المشروع المعين أو تحقيق الهدف الإستراتيجي المطلوب, وهذا يعني أن التخطيط الإستراتيجي يسعى إلى تحقيق أهداف قد تتطلب إحداث تغييرات أساسية في البيئة, وهذا مايدعو إلى تميّز التخطيط الإستراتيجي بعنصر المبادرة, ومن الأمثلة على ذلك, الهدف الإستراتيجي الأمريكي في فترة الخمسينيات الذي يقضي بتصدير القمح إلى بعض دول العالم التي لايدخل القمح ضمن أنماطها الاستهلاكية, مثل معظم دول أفريقيا التي تستهلك الذرة والبفرة الخ.,, ولكن الواقع يشير إلى أن الولايات المتحدة استطاعت وعبر العديد من الخطط الطويلة, إحداث تغييرات استراتيجية في الأنماط الاستهلاكية لدى شعوب تلك المناطق المستهدفة, ومن ثم تمكنت من بناء أسواق استراتيجية تستهلك القمح الأمريكي, إذا فالتخطيط الإستراتيجي لم يستسلم للواقع كما هو حال التخطيط العادي, وإنما سعى إلى تغيير الواقع بما يلائم أهدافه الإستراتيجية.

ويتضح الأمر أكثر إذا طبقنا مفهوم التخطيط العادي حيث سنجد أن بيانات الماضي في ذلك الزمان عند إعداد الخطة الأمريكية تشير إلى استهلاك الشعوب المستهدفة للذرة والشعير والأرز, ونفس الشيء بيانات الحاضر عند إعداد الخطة, وبالتالي وفق مفهوم التخطيط العادي فإن ما يجري في الماضي والحاضر سيجري في

المستقبل وهو استمرار استهلاك الأرز والذرة والشعير, أي لا مجال للقمح, إذن سنكتشف أن هذا المفهوم لا يجدي مع التطلعات الأمريكية تصدير القمح, فكان الحل في مفهوم التخطيط الإستراتيجي الذي يعبر في هذا المثال عن أهم سمات التخطيط الإستراتيجي وهو تغيير الواقع مما يوفر الأوضاع الملائمة لتحقيق الأهداف الإستراتيجية.

أن التخطيط العادي غالبا ما يسعى إلى بلورة أهداف محدودة لا تحتاج إلى فترة زمنية طويلة لتحقيقها, عكس التخطيط الإستراتيجي الذي يسعى إلى تحقيق أهداف كبرى طموحة لايمكن تحديدها في فترة زمنية قصيرة.

ولعل هذه النقطة تشير إلى أحد أسباب تفوق الدول المتقدمة, حيث إن اتباع أساليب التخطيط الإستراتيجي تجعلهم يضعون أهدافا طموحة, جريئة, كبيرة لايمكن تحقيقها في سنوات قليلة, إلا أن وضوح تلك الأهداف يجعلهم يسيرون تجاهها, هذا الوضع يطلق عليه تحديد المسار الإستراتيجي الذي يتم من خلاله ضمان أن الأنشطة والأهداف السياسية والتشريعية.. الخ كلها تتم في تناسق وترابط وتكامل عبر السنوات الطويلة تجاه الهدف الإستراتيجي المحدد.

ولذلك دائما ما نجد أن الدول والمنظمات في العديد من الدول النامية تنظر إلى الأهداف الإستراتيجية الطموحة الجريئة باستخفاف أو على الأقل تصفها بالأحلام, ويعود ذلك إلى أن تلك المنظمات والإدارات تنظر إلى تلك الأهداف الإستراتيجية من خلال قدرات وإمكانات التخطيط القصير وهي امكانات غالبا ما تكون محدودة. أنهم لا يدركون أن المنظمة أو الدولة تسعى لتحقيق ذلك الهدف بعد

سنوات طويلة, لذلك فإن تحقيـق التنميـة الطموحـة في الـدول يتطلـب فـترة زمنيـة طويلة ووضوح في الأهداف الإستراتيجية ووضوح للمسار الإسـتراتيجي, لـذلك فشـلت العديد من الدول النامية في تحقيـق تنميـة طموحـة لعـدم وجـود أهـداف طموحـة وبالتالي عدم وجود مسار استراتيجي, وهذا يعزز الفرق الكبير بين التخطيط بمفهومـه العادي والتخطيط الإستراتيجي.

وهـو كثـيرا مـا يقـوم بعـض المخططـين بوضـع خطـة يطلقـون عليهـا الخطـة الإستراتيجية, يقومون بتحديد أهداف يسعون إلى تحقيقها من خـلال الخطـة, ولكـن الملاحظ أن الأهداف غالبا ما تكون عادية لا تحتاج إلى فترة زمنية طويلة, ويعد هـذا من الأخطاء الشائعة, فإذا قمنا بوضع خطة لعشرين عاما, فإن هذا يعني أن تحقيـق الأهداف الإستراتيجية سـيتعذر في نطـاق زمنـي أقـل مـن هـذه الفـترة, وبالتـالي يـتم تحقيق العديد مـن الأهـداف الصـغيرة خـلال العشريـن عامـا حتـى يكتمـل تحقيـق الأهداف الإستراتيجية بعد عشرين عاما.

عليه إذا قمنا بمراجعة الأهداف ووجدنا أنها يمكن أن تتحقـق في خمـس سـنوات, فإن هذا يعني عدم قدرتنا على بلورة أهداف استراتيجية حقيقية.

التخطيط الإستراتيجي يشمل مصـالح الأجيـال الحاليـة والقادمـة ويتضـمن الاهـتمام بالبيئة وتنمية وتنويع وحسن استغلال المـوارد, أمـا التخطـيط فقـد يسـعى لتحقيـق مصالح, وكثير ما يتم استخدام وسائل لتحقيقهـا لا يراعـي فيهـا تعقيـدات المسـتقبل سرعان ما يتم تحقيق هذه المصالح لكن مع تـدمير المـوارد وإتـلاف الغابـات وتـدمير البيئة, وهذا ما يعاني منـه العـالم اليـوم, سـيكون مـن غـير المنطقـي أن نصـف الأداء

للعديد من دول العالم خلال حقبة ما بعد الحرب العالمية الثانية بالإستراتيجي ونحن نتعرف يوميا على الأخطاء الكبيرة التي وقعت فيها العديد من استراتيجيات تلك الدول والتي أفرزت واقعا يشير إلى دمار واستنزاف كبير للموارد الأساسية, تدمير للبيئة تهديد لأمن الإنسان وتهديد لأمن المستقبل إلخ..., وهو ما بات يهدد البشرية برمتها وستعاني الأجيال القادمة منه بشكل أكبر, إننا سنكون غير دقيقين إذا وصفنا النشاطات والخطط التي أفرزت هذا الواقع بالإستراتيجية, هذا الواقع يشير إلى ضرورة تطوير مفاهيم جديدة للإستراتيجية تعبر عن مثل هذا الوضع وغيره.

غالبا ما يرتبط التخطيط العادي بالبيئة المحلية بينما نجد التخطيط الإستراتيجي يمتد ليشمل البيئة الدولية, لعل مثالا لذلك هو معظم الدول النامية ومعظم شركاتها, حيث نجدها تسعى إلى تحقيق أهداف محلية, تعزز ذلك شعارات الاكتفاء الذاتي وتقليل الواردات خفضا للصرف من العملات الأجنبية إلخ... وكذا الشركات في تلك الدول حيث نجد أن المصانع غالبا ما تقوم بسد حاجات محلية, انظر إلى معظم الشركات بالدول النامية خلال خمسين عاما, من الصعوبة أن تجد شركة برزت لتحقيق أهداف في السوق العالمي, على العكس تماما نجد أن دول أخرى كاليابان والصين وكوريا والدول الأوروبية, ينطلق تخطيطها من منظور عالمي لتحقيق أهداف في أسواق عالمية, لذلك نجد السمة العامة لشركات تلك الدول بأنها تنشأ وتقوم لا لسد حاجة محلية وإنما تسعى إلى تحقيق أهداف في السوق العالمي, إذن إتباعهم للتخطيط من منظور عالمي مفتوح جاء نتيجة للتخطيط الإستراتيجي بينما

نجد تخطيط معظم الدول النامية يأتي من منظور محلي ضيق نتيجة لإتباع أسس التخطيط العادي, وهذا يجسد أحد الفروق بين التخطيط العادي والإستراتيجي [1].

إن التخطيط الإستراتيجي: هو العملية التي يتم من خلالها تنسيق موارد المؤسسة مع الفرص المتاحة لها وذلك على المدى الطويل, والخطة الإستراتيجية هي خطة عمل شاملة طويلة الأجل تهدف المؤسسة من خلالها إلى تحقيق الأهداف الموضوعة, وهي عملية متجددة يتم تحديثها كل عام لدراسة المستجدات الخارجية والداخلية [2].

يتسم التخطيط الإستراتيجي بصفة عامة بالخصائص التالية:

أ. الشمول والتكامل: وذلك يتطلب دراسة العوامل البيئية المحيطة سواءً كانت داخلية أو خارجية، والنظر إليها بصورة شاملة. هذه العوامل تتضمن العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتقنية إلخ...

ونظراً لأن هذه العوامل ذات طبيعة متغيرة فإن ذلك يتطلب أن يتسم التخطيط الإستراتيجي بالديناميكية لكي يتحقق التوافق والتكيف المستمر مع البيئة المحيطة.

ب. المرونة: يجب أن يتسم التخطيط الإستراتيجي بالمرونة من حيث التنبؤ بالتغيرات التي تحدث في العوامل البيئية المحيطة، وأن تؤخذ المعلومات الخاصة بهذه التنبؤات في الاعتبار عند اتخاذ القرارات الإستراتيجية.

---

1. محمد حسين ابو صالح ، المرجع السابق .
2. محمد حسين ابو صالح ، المرجع السابق .

ويتميز التخطيط الإستراتيجي بخصائص عدة يمكن إجمالها بالآتي:

1. الآثار الطويلة الأجل:

يهدف التخطيط الإستراتيجي إلى إحداث تغيرات جوهرية وهامة بالمنظمة وهذا لا يظهر في الأجل القصير بل يحتاج إلى فترة طويلة الأمد وتكاليف كبيرة وجهود مهمة.

2. المشاركة الواسعة:

يتطلب التخطيط الإستراتيجي مشاركة واسعة في وضعه ابتداءً من الإدارة العليا ونزولاً إلى العاملين والمستفيدين والجمهور وغيرهم.

3. المرونة:

يتميز التخطيط الإستراتيجي بالمرونة لكي يستطيع مواجهة التغيرات المحتملة عند التنفيذ.

4.حشد الطاقات الكامنة والموارد:

يسعى التخطيط الإستراتيجي لحشد جميع طاقات المنظمة الكامنة ومواردها المتاحة سواء الذاتية أو التي يمكن توفيرها من خارج المنظمة وتوجيهها نحو تحقيق الأهداف المرسومة.

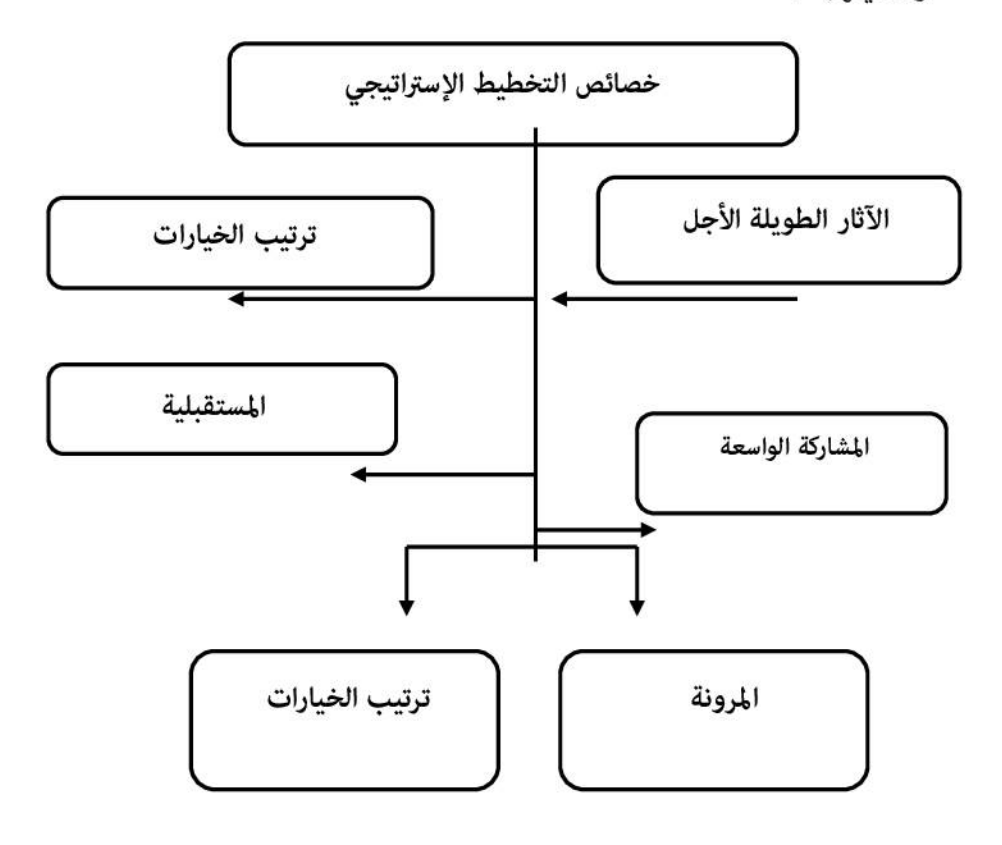
5. المستقبلية:

ينظر التخطيط الإستراتيجي إلى المستقبل فهو أسلوب مستقبلي Futuring

بالرغم من أنه يعتمد مؤشرات الماضي ومعطيات الحاضر لأغراض معرفة المنظمة إلا أنه ينطلق من هنا ليرسم أهداف المستقبل.

6. الترتيب للخيارات والأولويات:

من الخصائص المهمة للعمل الإستراتيجي أنه يضع الخيارات أمام المنظمة التي تسلكها في خطتها التنفيذية وأنه يرتب البرامج التنفيذية حسب أولوياتها وأهميتها)[1].



1 . بلال خلف السكارنة: التخطيط الإستراتيجي، م. س. ذ، ص 113 – 114.

سمات أسلوب التخطيط بالأهداف:

- يساعد في توليد كثير من الأفكار غير التقليدية.
- يحقق مشاركة فعّالة للمجموعات المستهدفة.
- يساعد في التغلب على صعوبات التواصل بين المشاركين.
- يتم توثيق كل خطوة وإجراء أثناء تنفيذ الأسلوب.
- يعتمد مسار السير وفق أسلوب الخطوة خطوة.
- يقوم أهداف واضحة ومحددة ويبين آليات تنفيذها بدقة.
- يعرّف بالمشكلات الرئيسية والفرعية والعلاقات القائمة بينها.
- يتم اختيار البدائل بما يتفق مع الأهداف ويعمل على تحقيقها.
- يسهّل من عملية تقييم البرامج التي يتم إعدادها.
- يعمل على إعداد خطة عمل واضحة ودقيقة.
- يعزز التفكير المنظم والموجه والمركز على المشكلات والنشاطات.[1]

ويرى الباحث أن الدعاة والعلماء والباحثين والإعلاميين عليهم أن يأخذوا بزمام المبادرة في تطوير وسائلا لدعوة والإعلام وإعداد المختصين المؤهلين وذلك بوضع خطة إستراتيجية لدعوتهم في شتى المجالات حتى يفهم القاصي والداني حِكَمَ

1 . عثمان محمد غنيم : الإتجاهات الحديثة في التخطيط، م. س. ذ، ص 120 .

الإسلام وثقافته وعقيدته وأنه صالح لكل زمان ومكان ولكـل الأجيـال المتعاقبـة وأنـه دين سماحة واعتدال ووسطية لا دين إرهاب.

الفصل الرابع

التخطيط الاستراتيجي للإعلام الدعوي

محاوره - ومقوماته - ومعوقاته

وفيه أربعة مباحث:

المبحث الأول: أهمية التخطيط الاستراتيجي الإسلامي والإعلام الدعوي.

المبحث الثاني: الصراع الاستراتيجي والعقبات التي تواجه نجاح الدعوة والدعاة والإعلاميين والاسلاميين.

المبحث الثالث: محاور استراتيجية الإعلام الدعوي.

المبحث الرابع: مقومات ومعوقات التخطيط الاستراتيجي للإعلام الدعوي الإسلامي في الأردن.

الفصل الرابع

الرؤية الاستراتيجية للإعلام الدعوي

المبحث الأول

أهمية التخطيط الإستراتيجي الإسلامي، والإعلام الدعوي المرئي، المقروء، المكتوب

يرى الباحث أنه لا بد من تعاون وتنسيق بين الجهات الإعلامية المختلفة وطلبة العلم والعلماء والدعاة الإعلاميون وأصحاب الفكر والرأي لتوحيد الخطاب الإعلامي الدعوي لمناقشة القضايا الاجتماعية والاقتصادية والتربوية والتنموية والتحليل العميق لقضايا المسلمين على المستوى المحلي والإقليمي والدولي واستثمار الطاقات المتخصصة وإنشاء مراكز معلوماتية ورصدها ومتابعة قضايا المسلمين ودراستها وتسويقها إعلاميا، وحل المشاكل التي تواجه الجمهور المستقبل والأمة بشكل واضح ومميز والدفاع عنها ورد الشبهات التي تعترضها لعمل صحوة إسلامية إعلامية تفي بالغرض المطلوب وهذا يتطلب نشر العديد من الكتب الاسلامية التي تعالج قضايا المسلمين ومشاكلهم وحلها بطرق استراتيجية واضحة المعالم ونشر الدروس التي تعني محاربة الفساد وعبر وسائل الاعلام المقروءة والمرئية والسمعية والإلكترونية، وطرح للحديث عن الأسرة وكيفية تقويمها وترابطها وتربيتها وتربية أبنائها وحل المشاكل الأسرية وما يؤول إليها من طلاق وفساد بالحياة الزوجية وضياع للأبناء تربوياً وأخلاقياً وتعليمياً الخ...

وتوجيه الجمهور المستقبل وخاصة الأطفال لمشاهدة العديد من البرامج الترفيهية الدينية على سبيل المثال: قناة المجد، قناة اقرأ، وقناة الرسالة، وقناة السلام عليك،

فبالرغم من قلة ما يعرض منها بخصوص برامج الأطفال إلا أنها باب من أبواب الإعلام الإسلامي الناجح للفضائيات، عدا النشاط المتميز من خلال وسيلة الإنترنت وإنشاء الكثير من المواقع الإسلامية الإلكترونية والتي تعرض نشاطاتها مجانا بدون مقابل وعرضها الكثير من الموضوعات التي يمكن الإطلاع عليها والاستفادة منها.

يتمحور الإعلام المكتوب والمقروء بالكتابة والقراءة فبالكتابة، قوله تعالى:

﴿ كِتَابٌ أَنزَلْنَاهُ إِلَيْكَ لِتُخْرِجَ النَّاسَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ ﴾[1].

وأما القراءة فأول ما نزل على نبينا محمد صلى الله عليه وسلم قوله تعالى في سورة العلق ﴿ اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴾[2].

فكل ما خلا القرطاس ضاع لذلك نجد العلماء والفقهاء والمفكرين والأدباء والدعاة الإعلاميين يدونون بكراساتهم كل ما يتوصلون إليه من علم يستفاد منه من خلال مدوناتهم، وأصبح اليوم ما يعرف بجهاز الحاسوب والشبكة العنكبوتية وأجهزة الهاتف المحمول المتطورة تدخل على مواقع هؤلاء العلماء وأصحاب الفكر والدعاة فتجد على صفحاتهم ومواقعهم الإلكترونية كل ما يحتاجه طالب العلم في أي موضوع، أو عرض بعض الأسئلة لتوضيحها ومناقشتها وفلسفتها بكل يسر وسهولة بدون عناء أو تعب.

---

1. سورة ابراهيم، آية 1.
2. سورة العلق، آية 1.

وتكمن أهمية الإعلام الإسلامي بتعريف الجمهور المستقبل بحقائق الـدين الإسـلامي المنزلة في كتاب اللـه عز وجل ومن سنته صلى اللـه عليه وسـلم عـبر وسـائل دينيـة متخصصة من علـماء ودعـاة ومفكـرين ذو خـبرة وكفـاءة لإيصـال الرسـالة الإعلاميـة والتعامل معها تكنولوجيا بوسائل الاتصال الحديثة مع مراعاة المصالح والمفاسد وبيان مقاصد الشريعة الإسـلامية حسـب خطـة اسـتراتيجية وتخطـيط للحـاضر والمسـتقبل ضـمن الإمكانيـات المتاحـة لتحقيـق الأهـداف المرجـوة مـن الـدعوة والإعـلام بكافـة الأساليب، وتكمن أهمية الإعلام الإسلامي والإعلام الدعوي في عدة نقـاط، كـما يقـول منتصر حازم حسين:

تصحيح مفاهيم الإعلام والدعوة إلى مبادئه السمحة وقيمه الأصيلة النافعة بطريقـة علمية وعملية وفنية، لتكون هذه القيم منهاج حياة كل مسلم.

وهي مضامين ومحتويات رسائلها الإعلامية مهما اختلفت أشكالها وقوالبهـا وتنوعـت أساليبها ووسائلها فهي مضامين صالحة لكل زمان ومكـان تـؤدي إلى النتـائج المرجـوة منها.

الذود عن الاسلام والدفاع عنه ورد المعتدين الذين خلت لهم الساحة، وسـنحت لهـم الفرصة بغيبة الإعلام الإسلامي عن ميدان الإعلام.

تثبيت العقيدة والشريعة معاً في عالم بموجب المذاهب والأفكار.

التأثير في سلوك الناس.

لمجابهة الواقع الإعلامي القائم بأسلحة فعالة[1].

---

1 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي, م.س.ذ ، ص 47.

أهمية الدعوة إلى اللـه تعالى من خلال الإنترنت:

نظراً لما تمتاز به شبكة الإنترنت من انتشارٍ واسعٍ، وقُدرةٍ علـى الوصـول إلى الملايـين في كل مكان على سطح الأرض فإن الحاجة ماسةٌ للإفادة منها في الدعوة إلى اللـه تعـالى على اعتبار أنها وسيلةٌ من الوسائل الحية في هذا العصر، وأنهـا تحظـى بقبـولٍ جيـدٍ، وانتشارٍ كبيرٍ، وتفاعلٍ إيجابيٍ من الملايين الذين يُقبلون عليها في أرجـاء العـالم. ولـيس هذا فحسب؛ فإن أعداء الإسلام قد تنبهوا "إلى أهمية هذه الشبكة "الإنترنت" في نشر شُـبهاتهم، وبـث أبـاطيلهم، فاسـتغلوها اسـتغلالاً واضـحاً في غـزوهم لنـا فكريـا". لهذا فإن الواجب يُحتم علينا أن نُضاعف اهتماماتنا بهذا الشأن، وأن نحـاول اللحـاق بالركب الحضاري الذي سُبقنا إليه في هذا المجال على الرغم من أننا أحق الناس به.

وتتمثل أهمية الدعوة إلى اللـه تعالى من خلال الإنترنت في الكثير مـن النقـاط التـي نشير إلى أبرزها فيما يلي:

1) أن الدعوة إلى اللـه تعـالى واجـبٌ دينـيٌ عـلى كـل مُسـلم قـادرٍ مـن أبنـاء الأُمـة المسلمة، "ولما كان تبليغ الدعوة إلى الناس مما أخذ اللـه عز وجل عليه الميثـاق مـن أهل العلم؛ فإن إيصال هذا الدين الحق إلى مشـارق الأرض ومغاربهـا بواسـطة هـذه الشبكة أمرٌ مطلوبٌ، وهو من أعمال البرِّ والخير، والمُنفـق عليـه مـأجورٌ بـإذن اللـــه تعالى".

2) أن هذه الوسيلة رغم حداثتها واسعة وسريعة الانتشار، ويمكن مـن خلالهـا تبليـغ الدعوة الصحيحة، ونشر تعاليم الدين الإسلامي الحنيف ومبادئه السمحة إلى الملايـين من الناس في كل مكانٍ على سطح الكـرة الأرضـية في زمـنٍ قصـيرٍ نسـبياً؛ لاسـيما و أن هـذه الشـبكة جعلـت مـن العـالم قريـة صـغيرة يسـتطيع أن يتواصـل مـن يعـيش

في أقصاها مع من يقطن في أدناها؛ فكان لا بُد من الإفادة منها في مهمـة الـدعوة إلى الـلـه تعالى؛ وهو ما يُشير إليه أحد الباحثين بقوله:

" إن على الدعاة إلى الـلـه عز وجل ألا يستهينوا بما جد من الوسائل والأسـاليب التـي يستخدمها الناس في مجـالات الحيـاة المختلفـة؛ بـل إن علـيهم أن يكونـوا في طليعـة المُنتفعين بها. وما دامت الدعوة فريضةً واجبةً فإن كل ما يُساعد على حُسن تبليغهـا يكون واجباً، لأن ما لا يتم الواجب إلاَّ به فهو واجب."

3) أن الإنترنت وسيلةٌ دعويةٌ حرة، يمكن للدعاة إلى الـلـه تعالى مـن خلالهـا التواصـل الدعوي المفتوح والمستمر مع أعدادٍ كبيرةٍ و أجناسٍ متنوعةٍ من البشر في شـتى بقـاع الأرض يبثون الخير في نفوسـهم، ويحثـونهم عـلى التمسـك بالفضـائل، ويهـدونهم إلى طريق الـلـه المستقيم دون الخضوع لأي سياساتٍ، أو رغبات، أو أنظمةٍ، أو تعليمات؛ وهو ما يُشير إليه أحد الباحثين بقوله:

إن الإنترنت هي جهة الاتصال الوحيدة التي لا تتحكم فيها جهةٌ مُعينة تفـرض عليهـا سياساتها وتُملي عليها رغباتها، بل إن المُتحكم فيها هو مـن يسـتخدمها؛ فلـه أن يبـث من خلالها ما شاء، ويستقبل ما يشاء دون رقيبٍ أو حسيب، فكل مُشاركٍ في الإنترنت ناشرٌ ومُستقبل دون أن يكون تحت أي تأثيرٍ إلا ما يُملي عليه فكره واتجاهه.

4) أن الدعوة إلى الـلــه تعـالى مـن خـلال شـبكة الإنترنـت غـير مكلفـة ماديـاً إذ إن الإنترنت هو أرخص وسيلة للاتصال، والإعلان، والدعاية، والنشر؛ فلو قارنـا بـين إنشـاء محطةٍ إذاعيةٍ أو تلفزيونية أو حتى إصدار جريدة أو مجلـة للـدعوة إلى الـلــه فكـم ستكون التكلفة؟ وإذا كان الأمر كـذلك؛ فـإن في هـذا مـدعاةً لاغتنـام هـذه الوسـيلة

الحديثة، وتكثيف الجهود الدعوية من خلالها قدر المُستطاع، لاسيما وأن كثيراً من الخدمات الإنترنت التي تقدمها بعض الشركات العالمية في هذا الشأن أصبحت مجانية.

5) أن في الدعوة إلى الله تعالى من خلال الإنترنت تصحيحاً لكثيرٍ من المفاهيم الخاطئة والمعلومات غير الصحيحة التي تنتشر (للأسف) بين كثيرٍ من الناس الذين لا يعرفون من الإسلام إلا ما تتحدث به بعض الفرق الضالة والجماعات المُنحرفة إذ إن هناك مواقع مشبوهة ومُنحرفة كثيرة تدعو إلى الإسلام مُنحرفةً بعيدةً كل البعد عن الدين الحق الذي جاء به محمد بن عبد الله صلى الله عليه وسلم من عند الله؛ فقد استطاعت طائفة الأحمدية مثلاً وهي طائفةٌ نشأت في الهند وباكستان وتتركز حالياً في بريطانيا استخدام واستغلال هذه التقنية وتلك الشبكات قبل أي دولةٍ إسلامية أُخرى، ووضعت على الإنترنت صورةً للإسلام تُخالف تماماً ما ورد في الكتاب والسُنة، وللأسف الشديد فقد اطلع العالم أجمع على الإسلام من خلال هذه المعلومات التي تُبث في شبكة الإنترنت.

6) أن معظم مستخدمي شبكة الإنترنت (في الغالب) من الطبقة المثقفة والفئة المتعلمة الواعية كأساتذة الجامعات، والطلاب، وكبار المسئولين، والمهنيين، ورجال الأعمال، وغيرهم من الفئات الذين يكون أفرادها (في العادة) أصحاب التأثير الفاعل في مجتمعاتهم؛ فكان لا بد من استثمار هذه الوسيلة في الدعوة إلى الله تعالى للوصول إليهم من خلالها ودعوتهم إلى دين الله الحق فلعل الله أن يهديهم إليه.

7) أن شبكة الإنترنت وسيلةٌ دعويةٌ مُتاحة للجميع في أي وقتٍ من الأوقات؛ فهي

غير مُحددةٍ بوقتٍ مُعينٍ أو زمنٍ مُحدد لأنها تعمل على مدى اليوم والليلة وطول أيام السنة، ويُمكن للراغبين في الإفادة من الإنترنت الدخول إليـه في أي سـاعة مـن ليـلٍ أو نهار.

8) إقبال الناس المتزايد على استخدام هذه الشبكة، فقد أصبح الإنترنت اليوم مرجعًـا لكل باحثٍ عن معلومةٍ معينة، وملاذًا لكل طالب علمٍ ديني أو دنيوي. وإذا كان من الصعوبة في ما مضى الحصول على معلوماتٍ صحيحةٍ وشاملةٍ عن الإسلام في كثيرٍ مـن بلدان العالم؛ فقد اختلف الوضع تمامًا في وقتنا الحاضر حيث أصبح دين الإسلام يصـل بكل سهولةٍ ويُسرٍ إلى بيوت الناس، وأماكن عملهم، ومدارسهم، ومعاهـدهم، وفي كـل مكان يمكن أن يكونوا فيه.

9) سهولة اسـتخدام هـذه الوسـيلة في الأغـراض الدعويـة؛ حيـث إن ممارسـة مهمـة الدعوة إلى الـلـه تعالى وتعلم أساليبها عبر شبكة الإنترنت سهلةٌ جداً، ولا تحتاج لكثير جهدٍ وطويل خبرة، ويمكن لمن يرغب في ذلك تعلُم كيفية إنشـاء الصـفحات الخاصـة بهذا الشأن، أو الدخول في حواراتٍ دعويةٍ مع الآخرين وهو أمرٌ يمكن أن يتم في فـترةٍ وجيزةٍ جداً.

لذلك كله؛ فإن استخدام هذه الشبكة في الدعوة إلى الـلــه تعـالى بـات ضرورةً لازمـةً للإفادة منها ومما تتميز به من خصائص وانتشار في تبليغ دين الـلــه إلى الآخـرين في كل مكان)[1].

ومن طبيعة ديننا الحنيف ينبثـق الإعـلام الإسـلامي الهـادف فـالقرآن هـو الرسـالة

---

1 . سلطان العمري: الدعوة إلى الـلـه تعالى من خلال الإنترنت,

http://saaid.net/afkar/Internet.htm

الإعلامية العالمية المقدسة وأنه صالح لكل زمان ومكان ولكل الشعوب والأجيال لأنها رسالة الإسلام المعجزة بكل ما فيها وكل الدعاة والإعلاميون الإسلاميون وأصحاب الفكر والرأي والعلماء العاملون مطلوب منهم الدعوة الى الله، لقوله تعالى: ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ﴾[1].

لقد وجه الأمر بالإعلام عن هذا الدين وتبليغه البشرية إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم للدعوة في الله بالحكمة والموعظة الحسنة فكان أمراً للناس جميعا بعموم التكليف والإقتداء بالرسول صلى الله عليه وسلم [2].

والحقيقة أن الجهود الإعلامية التي أنجزها رسول الله صلى الله عليه وسلم لتكون أصولاً للإعلام الإسلامي وتؤكد هذه الجهود، الدور الكبير الذي طلع به الإعلام في هذا الصدد، وهي جهود استلفتت انتباه الخبراء والباحثين وقد حدد الله تعالى له ركائز هذا المنهج في كلمات دقيقة واضحة لا تحتمل لبساً ولا غموضاً في العديد من الآيات الكريمة منها:

قوله تعالى﴿ يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا﴾[3].

وقوله تعالى ﴿ يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِن رَّبِّك وَإِن لَّمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ ﴾ [4].

---

1 . سورة النحل، آية 125.

2. عبد العزيز شرف: السيرة النبوية والإعلام الإسلامي ، م.س.ذ، ص34.

3 . سورة الاحزاب، آية 45.

4. سورة المائدة، آية 67.

وغيرها من الآيات الكثيرة التي تصلح أن تكون أصلاً من أصول الإعلام الإسلامي [1].

ويرى بلال السكارنة أن أهداف عملية التخطيط الإستراتيجي تتضح في الآتي:

1- تحديد وتوجيه المسارات الإستراتيجية للمنظمة.

2- صباغة وتطوير رسالة المنظمة وأهدافها.

3- تحديد وتوجيه مسار العمل في المنظمة.

4- تحديد وصياغة الغايات والأهداف الإستراتيجية للمنظمة.

5- تحديد وتوفير متطلبات تحسين الأداء وتحقيق نمو وتقدم للمنظمة.

6- التأكد من ربط الأهداف الإستراتيجية لطموحات وأهداف أصحاب الأموال والإدارة العليا ومصلحة أعضاء المنظمة.

7- توجيه الموارد والإمكانيات إلى الاستخدامات الاقتصادية.

8- توجيه الجهود البحثية لتطوير أداء المنظمة وتدعيم موقفها التنافسي.

التأكد من تحقيق الترابط بين رسالة المنظمة وأهدافها وما يتم وضعه من سياسات وقواعد وأنظمة عمل.

---

1. محيي الدين عبد الحليم: إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، ط 1، (وزارة الأوقاف والشؤون الاسلامية قطر، 1998)، ص 60- 61 .

تهدف عملية التخطيط الإستراتيجي في هذا المجال إلى ما يلي:

1. مواجهة عدم التأكد في بيئة عمل المنظمة.

2. التوصيف والتقييم المنهجي لبيئة عمل المنظمة ووضع استراتيجيات التعامل الفعال معها.

3. تطوير امكانيات المنظمة للتعرف على وتحليل الفرص والقيود والتهديدات وتقويمها ووضع سبل التعامل الفعال معها.

4. تدعيم قدرة المنظمة في تحديد نقاط القوة وأوجه الضعف لديها وتحديد متطلبات التعامل الفعال معها.

5. توفير المرونة لدى المنظمة للتكيف مع التغيرات غير المتوقعة.

6. توفر أدوات التنبؤ والتقدير لاتجاهات عناصر بيئة عمل المنظمة.

7. تحديد وتوجيه قرارات الاستثمار في المنظمة.

8. تهدف عملية التخطيط الإستراتيجي في هذا المجال إلى ما يلي:

أ. التعرف على فرص الاستثمار الجديدة أما للمنظمة وتحديد سبل ومتطلبات الاستفادة منها.

ب. تحديد أفضل بدائل توفير موارد المنظمة وفق اعتبارات التكلفة والفائدة.

ج. تعميق احساس أعضاء المنظمة بأهمية وحتمية دراسات والتأكد من فعاليتها.

د. تطوير أدوات وأساليب إعداد الموازنات الاستثمارية والبرامج المالية للمنظمة.

هـ. وضع الإطار العام لأسس تحديد وتنويع مجالات أعمال المنظمة [1].

الإستراتيجيات والتخطيط الإستراتيجي:

إن أي منشأة مهما كان حجمها تحتاج إلى أن تـدرك وضـعها الحـالي (أيـن هـي الآن) وكيف تريد أن تكون في المستقبل. وبمعنى آخر - تسعى كل منشأة إلى تدرك بوضوح تام ما يلي:

ما غياتها ؟

ما مجالات نشاطاتها الخارجية.

من هم المستفيدون من منتجاتها أو الخدمات التي تقدمها؟

بنيتها وهياكلها.

بيئة العمل في داخلها.

السياسات التي تتبعها.

الأطر الفلسفية التي تحكم أساليبها في اتخاذ القرار.

احتياجات البشرية والمادية.

المتطلبات الشمولية.

وباختصار إن أي منشأة تحتاج إلى تحديد إستراتيجية خاصـة بهـا، وإلى وضـع خطـط إستراتيجية بنفسها.

---

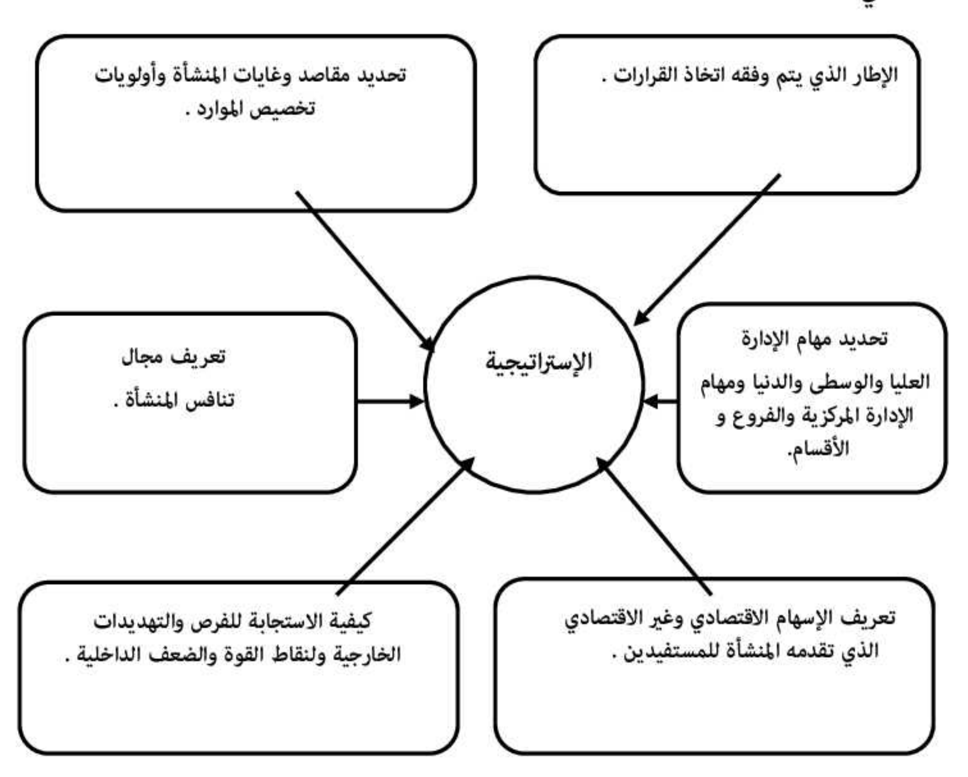
1 . بلال خلف السكارنة: التخطيط الإستراتيجي، م. س. ذ، ص 95 – 96 .

والسؤال الذي يمكن أن يتبادر إلى الذهن هو:

ما المقصود بالإستراتيجية؟ وما معنى التخطيط الإستراتيجي؟

ليس من السهل وضع تعريف للإستراتيجية في كلمات قليلة. ولعل أفضل طريقة لفهم المقصود من مصطلح الإستراتيجية هو معرفة الأبعاد الرئيسية التي تتكون منها أية إستراتيجية لأي منشأة.

فإن أي تعريف لمصطلح الإستراتيجية لا يخلو من الأبعاد الرئيسية، تبين في الشكل التالي: [1].



1 . بلال خلف السكارنة: التخطيط الإستراتيجي، م. س. ذ، ص 97- 99 .

المبحث الثاني

الصراع الإستراتيجي والعقبات التي تواجه نجاح الدعوة والدعاة الإعلاميين الإسلاميين

العلم في صراع والتكنولوجيا في صراع والشبكة العنكبوتية في صراع والثقافة والفن والسياسة والاقتصاد في صراع دائم، كما أن الدعوة والدعاة في صراع مـع مجتمعـاتهم وجمهورهم المستقبل، ومع الساسة وصناع القرار لأنهم يريـدون أن يسيِّسـوا الإعـلام الديني ويوظفوه لصالحهم وهذه مأساة كما شاهدنا وسمعنا في البلدان التـي حصـل فيها ربيع عربي (ربيع دموي)،كيف تم استئجار بعض العلماء في موقع القيادة لقلـب الحقائق وتزويرها والإفتاء بغير ما أنزل اللـه، وبيان أن المسلمين في العالم عـلى خطـأ وأنهم على صواب وذلك مـن خـلال استباحتهم لـدماء المسـلمين وأعراضـهم، كـأنهم يريدون من الإنسان المسلم أن يصمت ولا ينطق ببنت شفه ولا يعبر عـن رأيـه وأنـه عبداً يتلقى تعليمات فقط، وبالقوة دون أن يناقش أو يحاور وهـذا مخـالف لشرعنـا الإسلامي.

ويـرى محمـد حسـين أبـو صـالح: أن الصراع الإسـتراتيجي يتمثـل في الأوضـاع التي تتشكل من خـلال اسـتراتيجيات الـدول التـي تسـعى عبرهـا لتحقيـق جانـب من مصالحها القومية على الساحة الدولية والتي تتنـاقض فيهـا بـدرجات متفاوتـة مع المصالح القومية للدول الأخرى ويستدعي لإدارته امـتلاك القـوى الإسـتراتيجية الشـاملة، ويمكـن أن يتضـمن ترتيبـات دوليـة للتعـاون بـين الأطـراف المتصـارعة

كالشراكات والتحالفات الإستراتيجية السياسية والاقتصادية أو بين مجموعة دول صديقة ضد أخرى.

كما قد يتضمن ترتيبات مواجهة كالترتيبات العسكرية أو الحروب الاقتصادية أو الإعلامية... [1].

ومن خلال هذا الصراع وذاك نجد عقبات على مستوى محلي وإقليمي ودولي تواجه نجاح الدعوة والدعاة الإسلاميين والإعلاميين المخلصين والذين يخاطبون الجمهور بكل حيادية، نجد من الطرف الآخر العنصرية والعداء وإثارة النعرات ونشر البلبلة وكره وعداء للإسلام وأهله، وإخفاء الحقائق وتزيفها التي تهم الجمهور المستقبل، كالعلمانيين والليبراليين الذين يريدون أن يضعوا لأنفسهم مكان في المجتمعات المتحضرة والتي تعرف بأن هذا الكون لولا الرسل المشرعين المبلغين عن رب العالمين والرسالات السماوية التي تنير طريق ودرب الأمم والأجيال لما عرف الناس مسميات بعض الأشياء البسيطة فالرسالات السماوية منهج وعقيدة وأخلاق وآداب وعبادة وطاعة والتزام يصل بالإنسان إلى بر الأمان فهؤلاء يريدون أن يجعلوا من الإسلام والمسلمين في إقصاء عن مشاركتهم في الحياة الاجتماعية والفكرية والعلمية والبرلمانية والسياسية الخ...

ومن العقبات إبقاء الخطاب الديني متمحوراً داخلياً في غالب الأحيان وعدم ارتقائه إلى الخطاب العالمي وانشغال الدعاة بمشاكل وقضايا الماضي وعدم الاهتمام بالقضايا المجتمعية الحاضرة، أخّرَها عن التقدم في الدعوة، ومن العقبات اختلاف

1 . محمد حسين ابو صالح ، المرجع السابق .

الآراء في بعض قضايا الأمة التي يتم نقلها عبر الفضائيات من جدل وتعصب دون الوصول الى حل، مع العلم أن الحوار البناء والموعظة الحسنة هي أيسر الطرق سبيلاً للتفاهم والتعايش بحضارة، كما أن ظهور بعض الجهلة ممن يدعي الفهم والعلم أو أنه يتقن كافة العلوم ويخاطب الناس "المستقبل" باستخفاف واستهتار، أو ممن يخرجون عن جهل إلى مناطق ومساجد للدعوة ويأتوا بقصص وكلام في بعض الأحيان ليس له قيمة دينية أو فائدة دنيوية من حديث بقصص مشابهة لقصص أبو زيد الهلالي أو ألف ليلة وليلة أو الحديث عن شجاعة وفرسان من يغيرون على بعضهم البعض دون التطلع إلى أن الخطاب بالدعوة لا بد وأن يشمل إما العقيدة أولاً أو الفقه أو قصص الأنبياء أو سيرة رسولنا محمد صلى اللـه عليه وسلم, فتركهم هذا وإتِّباعهم لأهواء أو أجندات لا تمت إلى الدين بصلة مما يجعل وصف المسلمين الذين يقومون بمثل هذه الأفعال بالسذاجة لأنهم غير متخصصين في علوم الشريعة، وللأسف تحضرني خاطرة بأنك أن اشتكيت من ألم في جسدك يقال لك اذهب إلى الطبيب، وإذا أردت أن تشيد بنياناً أو منزلاً فيقال لك اذهب إلى المهندس المعماري أو المدني الخ...، أما وللأسف وفي أي مجلس عام أو خاص إذا عرضت قضية من القضايا التي تخص العقيدة أو الفقه أو الفكر تجد الجميع يهب وكل منهم يدلي بدلوه جاهلٌ ومتعلم و للأسف.

كما وجرت العادة في الأسلوب والإلقاء وإيصال المعلومات هي لم تتطور حسب تطور التقنيات الحديثة في كثير من الأحيان وعدم تدريب كوادر مؤهلين من أصحاب الخبرة في العلم والدعوة والإعلام لينهضوا باستحداث وسائل حديثة

يعتمدون عليها في خطابهم للمسلمين وغير المسلمين من الجمهور ودراسة ما يلائم المجتمعات وحل مشاكلهم والوقوف بجانبهم في أزماتهم حتى يعرفوا بأن (المسلم أخو المسلم لا يظلمه و لا يسلمه, ومن كان في حاجه أخيه كان اللـه في حاجته, ومن فرج عن مسلم فرج اللـه عنه كربة من كربات القيامة, ومن ستر مسلماً ستره اللـه يوم القيامة)[1].

هو الذي جعل ايضاً عائقاً من العوائق لوصول الدعوة إلى مكانها الصحيح كما كانت عليه في زمن الرسول صلى اللـه عليه وسلم.

وكما يقول منتصر حاتم: فلكل مجتمع خصائصه النفسية والعقدية والفكرية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية ومن ثم ينبغي أن يكون الأسلوب والأداء كما المضمون والمحتوى يتناسب الجهة الموجه إليها الخطاب [2].

فانعدام الديمقراطية وعدم احترام الإنسان وحقوقه في التعبير أو التبليغ، وتسييس الدين واستعباد البشر يقلل من الاهتمام بالانتماء إلى هذا الدين، ويُوئِدُ الأفكار في مهدها فلم تتطور ولم تصل إلى ما تصبوا إليه من نجاحات.

ولقد أوجز محمد البيانوني "مشكلات الدعوة وعقباتها" التي تواجه الدعوة والدعاة داخلياً وخارجياً في نقاط أساسية تصلح للداعية بكيفية التعامل مع الجمهور، ومنها:

---

1. فتح الباري في شرح صحيح البخاري/ م. س. ذ, ص59، كتاب المظالم، باب لا يظلم المسلم المسلم و لا يسلمه، رقم الحديث 2442, ج5, ص 97 .
2. منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذ، ص 209.

1) **البصيرة الدعوية الأولى:**

في هذا الجانب تكمن في تحديد مصطلح مشكلات الدعوة وعقباتها فإننا نريد بمشكلات الدعوة وعقباتها مجموعة الأخطاء والمعوقات التي يقع فيها الدعاة أو يواجهونها في طريق دعوتهم، داخلية كانت أو خارجية حيث تشكل هذه الأخطاء والمعوقات مشكلة في سبيل دعوتهم.

وكثيراً ما ينصرف ذهن الناس أمام مصطلح المعوقات إلى العقبات الخارجية التي يواجهها الدعاة من قبل أعداء الدعوة، غافلين عن المعوقات الداخلية في صفوفهم ونفوسهم، مع أنها الأخطر على الدعوة والأكبر أثراً فيها.

ذلك لأن خطأ الداعية في مفهوم دعوي، أو في منهج أو أسلوب أو وسيلة، قد يفعل بالدعوة ما لا يفعله الأعداء فيها؛ لأنه مرض داخلي خفي، قد يفتك بالمريض دون أن يشعر به، وينتبه إلى ضرورة علاجه.

أما العقبة الخارجية، فغالباً ما تكون بارزة ملحوظة للدعاة والمدعوين على السواء، يحذر الناس منها، ويخططون لمواجهتها.

كما أن الخطأ الصادر عن الداعية نفسه ليس كخطأ الرجل العادي! لأن خطأ الرجل العادي قد يختص به ولا يتجاوزه... أما خطأ الداعية في مفهوم أو منهج أو أسلوب أو وسيلة يتعدى أثره إلى الآخرين، وقد تضر نتائجه بالدعوة كلها، شعر بذلك أولم يشعر، وقد قيل زلَّةُ العالِم، زلَّةُ العالَم.

ومن هنا جاء التنبيه والتحذير من خطأ القدوة والأسوة بأساليب كثيرة، فقال سبحانه ﴿يَانِسَاءَ النَّبِيِّ مَنْ يَأْتِ مِنْكُنَّ بِفَاحِشَةٍ مُبَيِّنَةٍ يُضَاعَفْ لَهَا الْعَذَابُ ضِعْفَيْنِ

وَكَانَ ذَلِكَ عَلَى اللـهِ يَسِيراً , وَمَنْ يَقْنُتْ مِنْكُنَّ لِلَّهِ وَرَسُولِهِ وَتَعْمَلْ صَالِحًا نُؤْتِهَا أَجْرَهَا مَرَّتَيْنِ وَأَعْتَدْنَا لَهَا رِزْقًا كَرِيمًا (31) يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِنَ النِّسَاءِ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلا مَعْرُوفًا(32) وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الأُولَى وَأَقِمْنَ الصَّلاةَ وَآتِينَ الزَّكَاةَ وَأَطِعْنَ اللـهَ وَرَسُولَهُ إِنَّمَا يُرِيدُ اللـهُ لِيُذْهِبَ عَنْكُمُ الرِّجْسَ أَهْلَ الْبَيْتِ وَيُطَهِّرَكُمْ تَطْهِيراً (33) واذكرن وَاذْكُرْنَ مَا يُتْلَى فِي بُيُوتِكُنَّ مِنْ آيَاتِ اللـهِ وَالْحِكْمَةِ إِنَّ اللـهَ كَانَ لَطِيفًا خَبِيراً (34)﴾[1].

كما جاء في الحديث الشريف (يُؤتى بالرجل يوم القيامة، فيلقى في النار، فتندلق أقتاب بطنه، فيدورُ بها كما يدورُ الحمار بالرحى، فيجتمع إليه أهل النار، فيقولون يا فلان مالك؟ ألم تكن تأمرُ بالمعروف وتنهى عن المنكر! فيقول بلى، قد كنتُ آمر بالمعروف ولا آتيه وأنهى عن المنكر وآتيه) متفق عليه[2].

2) **البصيرة الثانية:**

لا يشترط في الأخطاء الدعوية والمعوقات الداخلية حتى تسمَّى مشكلات وعقبات، أن تكون منتشرة في جميع الدعاة- وإن غلب عليها طابع العموم- ولكن يكفي فيها أن توجد في صفوف الدعاة ولو قلّوا، أو يعاني منها المصلحون أياً كانوا.

---

1. سورة الأحزاب، آية 30 – 34.

2 أبو الحسين بن الحجاج بن مسلم القشيري: جامع الصحيح المسمى "صحيح مسلم"، م. س. ذ، ص55، كتاب الزهد و الرقائق _ باب عقوبة من يأمر بالمعروف و لا يفعله و ينهى عن المنكر و يفعله، ج7-8, ص 224.

فإن المرض الخطير إذا وجد في فرد أو أفراد دون الانتباه إليه، سرعان ما يعمُّ وينتشر في الآخرين وهم في غفلة عنه، نظراً للتداخل في العلاقات الإنسانية، وسهولة الاتصال بين الناس.

فلا يستغربنَّ أحدٌ من ذكر خطأ أو مرض دعوي سلَّمه الله منه، ولكن عليه أن يحمد الله على سلامته، وأن يحذِّر منه غيره، ويحذِّر منه الآخرين، حرصاً على سلامة الدعوة من جهة، ووقاية منه قبل وقوعه من جهة أخرى.

3) **البصيرة الثالثة:**

أن يعلم الدعاة أن من التفريط في حق الدعوة، أن تهمل المشكلات والعقبات، ويتجاهل أمرها، حتى تتمكن في طريق الدعوة ويصعب علاجها، كما أن من الإفراط أيضاً أن تضخمَّ الأخطاء والمشكلات، فتصور المشكلة الخفيفة والخطأ الصغير عقبة كؤوداً يعجز الناس عن حلها وتصحيحها، فتوقع الناس في اليأس والقنوط.

ذلك لأنه ما من داء إلا وأنزل الله له دواء، وما على الدعاة إلا أن يجتهدوا في معرفة الداء وتشخيصه، ويبذلوا وسعهم في علاجه، والحد من انتشاره، ويفكروا في طرق الوقاية منه، فالأمر كله بيد الله، قال تعالى ﴿ وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ ﴾[1].

1. سورة العنكبوت، آية 69.

4) **البصيرة الرابعة:**

إن من الحكمة في معالجة مثل هذه الأخطاء الدعوية ومواجهة تلك المشكلات أن يهتم الدعاة بمعالجة أخطائهم، ومجاهدة أنفسهم قبل أن يتجهوا إلى علاجها في غيرهم.

فقد كان السلف الصالح- من العلماء والدعاة- يقدمون تزكية أنفسهم على تزكية أنفس الآخرين، ويشغلون بعيوبهم عن عيوب غيرهم.

أما نحن فكثيراً ما نُشغل بعيوب الآخرين عن عيوبنا، بل ربما يرى بعضنا القذاة في عين أخيه، ولا يرى الحصاة في عينه، مما عقَّد المشكلة وأخَّر الشفاء.

5) **البصيرة الخامسة:**

أن يعلم الدعاة أن من توجيهات القرآن الكريم في تشخيص المشكلات، وكشف الأخطاء، أن يُرجع فيها إلى النفس، قبل أن يبحث عنها في الآخرين، ويوجه اللوم إليهم، قال تعالى ﴿ وَمَا أَصَابَكُمْ مِنْ مُصِيبَةٍ فَبِمَا كَسَبَتْ أَيْدِيكُمْ وَيَعْفُو عَنْ كَثِيرٍ﴾[1].

وقال أيضاً ﴿ أَوَ لَمَّا أَصَابَتْكُمْ مُصِيبَةٌ قَدْ أَصَبْتُمْ مِثْلَيْهَا قُلْتُمْ أَنَّى هَذَا قُلْ هُوَ مِنْ عِنْدِ أَنْفُسِكُمْ إِنَّ اللـه عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴾[2].

وقال سبحانه ﴿ مَا أَصَابَكَ مِنْ حَسَنَةٍ فَمِنَ اللـهِ وَمَا أَصَابَكَ مِنْ سَيِّئَةٍ فَمِنْ نَفْسِكَ وَأَرْسَلْنَاكَ لِلنَّاسِ رَسُولًا وَكَفَى بِاللـهِ شَهِيدًا ﴾[3].

---

1 . سورة الشورى، آية 30.

2 . سورة آل عمران، آية 165.

3 . سورة النساء، آية 79- 78.

ولكن كثيراً منا اليوم إذا أصيب بمصيبة أو اعترضت طريقه عقبة، أعاد الأمر مباشرة إلى غيره، غافلاً عن تسببه في ذلك.

وإذا ما سئل عن فشل أو إخفاق دعوي، تعلل بقوة أعدائه ومكرهم، قبل أن ينظر إلى نفسه ونفس الدعاة من حوله، بدلاً من أن يعلله مثلاً بغفلة المسلمين وتفرقهم.

البصيرة السادسة:

في ضرورة تفهم أبعاد الذنب والخطأ الدعوي وأخطاره؛ فإن الذنوب والأخطاء التي تستوجب التوبة والمراجعة ليست محصورة في مجال الأحكام العقدية والتعبدية، وإنما قد توجد في الأحكام الدعوية، والأحوال النفسية.

فإن الخروج عن المفهوم الصحيح في أمر من أمور الإسلام ذنب، والانحراف عن أصول الدعوة والخروج عليها ضلال، ومجانبة المنهج الحكيم والأسلوب السليم مهما قلَّت خطأ، وكل ذلك يستوجب مراجعة وتوبة.

بل إن الخطأ والذنب في جانب المنهج غالباً ما يكون أعظم إثماً وأكثر أثراً من الخطأ في الحكم الواحد، والمسألة الواحدة؛ لأن الخطأ في الحكم والمسألة قد ينتهي في وقته، ويسهل تداركه، أما الخطأ في المنهج والأسلوب فكثيراً ما تترتب عليه أخطاء أخرى، وتنتج منه آثار وخيمة لا تحصى [1].

كما أن هناك عقبات مؤثرة تواجه الدعوة والدعاة محلياً وإقليمياً ودولياً كالغزو الفكري بكافة وسائله سواء كان تهجم على الدين أو المسلمين أو على النبي محمد صلى الله عليه وسلم، أو التحريض على العلماء والدعاة والمفكرين والإعلاميين

---

1 . محمد أبو الفتح البيانوني :الدعوة للإسلام، م. س. ذ, http://www.beyanouni.com .

العاملين أو بالتسلط عليهم وزجهم في السجون، أو اقصائهم من وظائفهم وأعمالهم واتهامهم بالأصولية والإرهاب وإلصاق التهم بهم بأنهم أساس هدمٍ لا بناء.

كما أن هناك من العقبات الخطر الذي يواجهه الإعلاميون والعلماء والمفكرون من العلمانيين والقوميين والليبراليين وغيرهم ممن ينتمون إلى أفكار هدامة واتهامهم بأن المسلمين ينشرون الفوضى ويعبثون بعقول الناس ويزوّرون الحقائق وكل ذلك شاهدناه من هؤلاء أصحابي الأفكار المسمومة بدعم من الساسة والمسؤولين عبر وسائل الإعلام الحكومية من تلفاز، وفيديو، ووسائل اتصال مباشر عبر الفضائيات "الفضاحيات". وغيرها من وسائل لتحليل ما هو محرم، ونشر الفساد، وإباحة الجريمة، والسخرية من علماء المسلمين، وقتل أبناء الأمة بدون وازع بدعوى أنهم إرهابيون أو أصوليون أو تكفيريون وهذا كله على مرآى العالم ولم نجد لا مؤسسات حقوقية ولا مدنية تطالب بوضع حد لهذه الانتهاكات الصارخة سواء ممن يتسمون بأسماء اسلامية وللأسف قادة أو زعماء برفع الظلم والدمار عن الشعوب العربية والإسلامية في منطقتنا العربية.

ولا بد هنا من التنويه بما أوصى به المؤتمر العالمي لتوجيه الدعوة وإعداد الدعاة المنعقد في عام 1397 هـ _ 1977 م بمدينة رسول الله صلى الله عليه وسلم منددا بحال الإعلام في البلاد الإسلامية:

ويندد المؤتمر بالهوّة السحيقة التي تردى فيها إعلامنا ولا يزال يتردى، عن علم من القائمين به أو عليه أو عن جهل منهم، فبدلا من أن يكون الإعلام في البلاد الإسلامية منبر دعوة للخير، ومنار اشعاع للحق صار صوت افساد وسوط

عذاب... وسكت القادة فأقروا بسكوتهم أو جاوزوا ذلك فشجعوا أو حموا... وزلزل الناس في إيمانهم وقيمهم ومثلهم... ولم يعد الأمر يحتمل السكوت من الدعاة إلى الحق [1].

إذا كان نتاج مؤتمر قبل أكثر من 30 عاما خرج بهذه التوصيات فما بالنا في هذه الأيام؟ ! الذي وصلت فيه تكنولوجيا المعلومات، والحاسوب، ووسائل الاتصال المباشر وغير المباشر مقروء أو مسموع أو مكتوب، فالأمر لما تمر به الأمة العربية والإسلامية من تسلط على جسدها وفكرها وعقيدتها، وبلادها ومقدساتها واستباحة أعراضها، وتدمير وقتل وتعذيب لأبنائها من أهل السنة وبدعم أممي ودولي ومحلي كي لا يرتفع صوت لعلماء الأمة ولا لمفكريها ولا لدعاتها ولا لإعلاميها المخلصين والعالم ينظر نظرة المتفرج وكأنه ينظر إلى مباراة لكرة القدم.

فوا حسرتاه على أمة تزعمها جهلاء يبغضون الإسلام والمسلمين وكل من يقف معهم وما ذلك إلا لأنهم يعرفون أن الحق والعدل والإنصاف بشرع الله وعقيدته, ولا بد إلا وأن يأتي يوم يتربع فيه أهل الحق من دعاة وعلماء ومفكرين وإعلاميين مميزين على سدة السلطة فيحموا البلاد والعباد من الجهل والتطرف والاستعباد والذل والهوان, ويعطوا كل ذي حق حقه.

قال تعالى: ﴿ إِنِ الْحُكْمُ إِلاَّ لِلَّهِ ﴾[2].

---

1 . علي محمد جريشة و محمد شريف الزيبق: أساليب الغزو الفكري للعالم الاسلامي، ط1، (القاهرة – مصر ، دار الاعتصام ، 1397هـ 1977م), ص 73.

2 . سورة يوسف، آية 40.

ولبلال خلف كلام عن العقبات و المصاعب التي تواجه نجاح الدعوة و الدعاة في التخطيط الاستراتيجي منها:

1- التغير و التبدل السريع في البيئة:

بما أن الإستراتيجية هي خطة بعيدة المدى (5 سنوات فما أكثر) فإنها بحاجة إلى استقرار الظروف التي تحيط بها خلال هذه الفترة و أن التغيرات السريعة تؤدي بالإستراتيجية إلى مواجه و اقع جديد يختلف عن الواقع الذي بنيت عليه مما يؤدي إلى تعثرها و ربما فشلها.

2- عدم قدرة الإدارة على تحديد الأهداف و بناء خطة استراتيجية بالرغم من أن الإدارة قد يتوفر لديها إيمان كامل بأهمية التخطيط الإستراتيجي و ضروراته و لكنها لا تملك مقومات و قدرات على وضع الخطة الإستراتيجية وتحديد أهدافها و خطتها التنفيذية حيث أن الخطة هي أولاً و آخراً تعبر عن إمكانيات المنظمة الذاتية و أن استعانت بالغير في و ضع خطتها لكنها لن تكون قادرة على تنفيذها.

3- مقاومة بعض العناصر في المنظمة للتغيير:

إن من أول مهام التخطيط الإستراتيجي أحداث تغيرات في عمل المنظمة نحو الأفضل وتبني سياسات وبرامج وإجراءات لهذا الغرض وقد تعمل بعض العناصر في المنظمة التي عهدت السياسات القائمة وإجراءاتها وتعودت عليها إلى رفض السياسات الجديدة والتمسك بواقعها القائم.

4- الموارد المالية للمنظمة:

من المعروف أن أي خطة استراتيجية مهما كانت طموحاتها وحسن صياغتها فإنها قد تصطدم بعقبة الموارد المالية التي يتعين على المخطط التفكير بها منذ البداية لأن عدم توافر الأموال اللازمة لتغطية نفقات الخطة يؤدي بها إلى التوقف وربما الفشل.

5- عدم وضوح المسؤوليات داخل المنظمة وضعف هيكلها التنظيمي:

إن عدم توزيع المسؤوليات والصلاحيات على المستويات الإدارية المختلفة في المنظمة مع وجود هيكل تنظيمي يلبي حاجات العمل الإستراتيجي يعتبر إحدى أهم العقبات في نجاح الخطة الاستراتيجية.

6- انشغال المستويات الإدارية العليا بالمشكلات الروتينية اليومية:

إن إعطاء الأعمال اليومية الاهتمام الأول وعدم الاكتراث بالمشكلات الإستراتيجية التي تنهض بالمنظمة وتعمل على تطورها يلهي المنظمة ويمنعها من الانصراف إلى وضع خطة استراتيجية تنهض بها إلى الأمام.

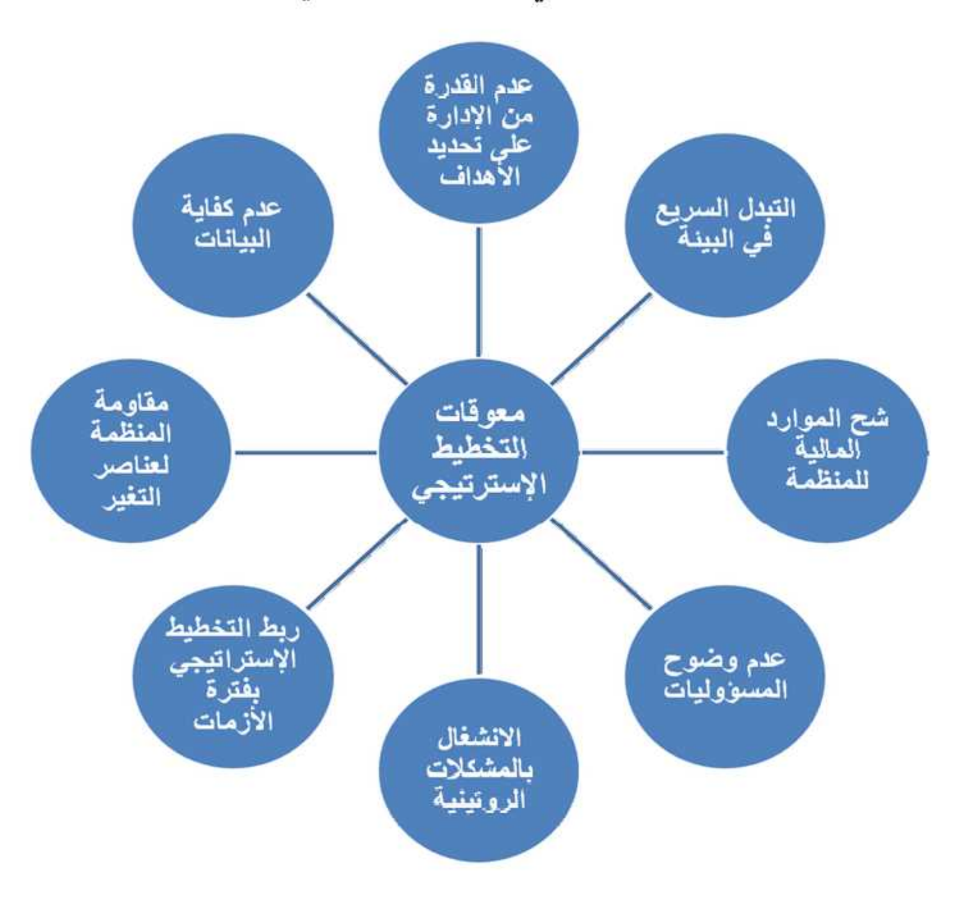
7- المعلومات والبيانات الإحصائية:

تقوم الخطة الإستراتيجية على بعض الأسس المهمة منها دراسة الماضي والحاضر والتنبؤ بالمستقبل بما في ذلك البيئة الداخلية والخارجية ولكي تكون هذه الأسس صحيحة لابد من توفر بيانات ومعلومات كافية لهذا الغرض، وبعكسه يواجه المخطط صعوبات في بناء أهدافه وسياساته المستقبلية ورسم خطة استراتيجية سليمة.

8- ربط التخطيط الإستراتيجي بفترة الأزمات:

يسود الاعتقاد بأن التخطيط الإستراتيجي هو عمل لمواجهة الأزمات وهذا اعتقاد خاطئ يقلل من أهمية التخطيط ويقلص من دوره في تطوير المنظمة ونجاحها حيث أن التخطيط الإستراتيجي أسلوب لكل الظروف وضروري للمحافظة على ديمومة المنظمة واستمرارها.

تظهر معوقات التخطيط الإستراتيجي ملخصة بالشكل الآتي: [1]



1 . بلال السكارنة : التخطيط الإستراتيجي، م. س. ذ، ص 108- 110 .

المبحث الثالث

محاور إستراتيجية الإعلام الدعوي

يرى فتحي يكن أن من طبيعة الدعوة الإسلامية أنها موجهة إلى الناس - لكل الناس - على اختلاف أعمارهم وطبقاتهم وثقافاتهم وبيئاتهم وميولهم واتجاهاتهم.. وهذا يفرض على الدعاة أن يكونوا حكماء بارعين في نقل آرائهم ومفاهيمهم إلى هذه الأصناف الشتى من الناس. وبالتالي يوجب عليهم أن يعرفوا من أين تؤكل الكتف وكيف.. والداعية الموفق الناجح هو الذي يعطي كل انسان ما يلزمه من أفكار وتوجيهات، ويحاول أن يقنعه بما يؤثر فيه بأسلوب حكيم.. ولذا من واجب الداعية أن يتعرف إلى الشخص الذي يود دعوته إلى الإسلام.. فيتعرف إلى أفكاره ومفاهيمه وتصوراته ويكتشف علله ومشكلاته.. وهذا من شأنه أن يوفر للداعية التشخيص والمعالجة الناجحين.. وفي كثير من الأحيان يفشل الداعية في اجتذاب العناصر الجديدة إلى دعوته فمرده إلى سوء تقديره لنقطة البدء وسوء تشخيصه للعلة المراد تطبيقها.. لذا لا بد من منهج قياسي واضح تحدد بواسطته نقطة البداية، ويعرف بواسطته الداعية - كل داعية - كيف يبدأ ومن أين.. **فالأنموذج القياسي ينبغي أن تحدد موصفاته وأطواره على الشكل التالي:**

أولاً: طور بناء العقيدة: أي ايجاد الفكر الصحيح عن الكون والإنسان والحياة.. وهذا الطور الأساسي في تكوين الشخصية الإسلامية الدعوية لأنه القاعدة التي تتمخض عنها سائر الأطوار ومن شرائط هذا الطور تحقق الإيمان بالإسلام وأنه المنهج المبرئ من عوامل العجز البشري، لأنه من لدن عليم خبير قوي قدير.

ثانياً: طور التطبيق: أي طور تجسيد النظريات الإيمانية سلوكاً إسلامياً صحيحاً.. ولذلك كان من مقتضيات هذا الطور دعوة المرء إلى أخذ نفسه بما يوافق عقيدته وينسجم انسجاماً كليا مع التشريعات المنبثقة عن هذه العقيدة..وهذا يقتضي النزول عند أحكام الإسلام وأوامره في كل شؤونه، وصياغة حياته وفق المنهج الرباني سواء في نطاق العبادة أو السلوك أو التصرف.

ثالثاً: طور الانخراط في العمل الدعوي الجاد والقيام بالعمل الجماعي إن لم يستطع بمفرده مواجهة الواقع الجاهلي وتقويضه ومن شرائط هذا الطور تأدية أركان الإسلام وتحري السنة الصحيحة.. والتورع عن الشبهات.. واجتناب المحرمات.. ومراقبة الله عز وجل في كل صغيرة وكبيرة، والقيام بإصلاح أهله وزملاءه والمقربين منه.. وأن يقوم بواجب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ولو كان وحيداً ليس له سند.. فهذه هي الأطوار الرئيسية التي تؤلف بترابطها وتلاحمها خطاً قياسياً يمكن اعتماده أو الاستفادة منه في نطاق الدعوة إلى الله. [1]

قال تعالى: ﴿وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ ﴾ [2]

يرى الباحث أن ما تقوم به وزارة الأوقاف من استراتيجية للإعلام الدعوي في الأردن حيث قلة الإمكانيات والموارد فنجد في كل عام أن وزارة الأوقاف والشؤون والمقدسات الإسلامية في شهر رمضان خاصة تقوم بتوجيه دعوات لعلماء

---

1 . فتحي يكن: كيف ندعو إلى الإسلام ؟ (بيروت- لبنان: بدون طبعة، مؤسسة الرسالة)، ص 21 – 26 .

2 . سورة التوبة، آية105.

ومفكرين ودعاة وإعلاميين بإعداد بحوث ومواضيع تهم الجمهور المسلم وغير المسلم وقيام البعض بإعطاء محاضرات تتحدث عن منهجية الدعوة والدعاة ويتحدثون عن الفكر وإعجاز القرآن الكريم وعن المناسبات الدينية هذا من ناحية، كما أن للوزارة استراتيجية في توجيه الوعاظ والدعاة والإعلاميين وأئمة المساجد وخطبائها للخروج إلى أماكن متعددة في المملكة لإبراز أهمية الإسلام ومكانة الدعوة والإعلام والتحدث بكافة المجالات الحياتية والدينية لتثقيف وتوعية الناس في شمال وجنوب وشرق وغرب المملكة إيذاناً منها بإخراج نشئٍ جديد يحمل أفكاراً حضارية مدنية, بعيدة عن العنف والتكفير والإرهاب، ذات صلة بحياتهم الاجتماعية والعلمية والاقتصادية والدينية، وتوفير فرص عمل لهم.

مما جعل لهذه الجولات صدىً واسعاً على كافة الأصعدة محلياً وتأثيرها المباشر على الجمهور الأردني حتى في البوادي والهجر مما عزز روح التواصل بين أبناء المملكة والدعاة والعلماء والمفكرين ويتحدثون عن هذه الجولات في مجتمعاتهم العامة والخاصة.

كما تقوم الوزارة أيضاً باستقطاب الدعاة العصريين في منتديات علمية على مدرجات في الجامعات الأردنية والمحاضرات في مسجد الشهيد الملك عبد الله الأول ومساجد أخرى في المملكة، فيتحدثون إلى الجمهور بمشاكل العصر وما يعانيه الدعاة في نشر عقيدة التوحيد والفكر الوسطي وما يتعلق بأمور الدين وما يشغل فكر الجمهور ببعض الفتاوى والآراء والتوجهات والإطلاع على ما جد من كتب علمية إسلامية فكرية مرتبطة مع العلوم العصرية التكنولوجية عبر كافة الوسائل

الإعلامية والتي يتم من خلالها في كثير من الأحيان التواصل مع الجمهور المستقبل حتى لا يتم الانقطاع عن العامة والخاصة من الجمهور.

كما يتناول الدعاة والمفكرون والعلماء مواضيع مهمة كالتطرف والإرهاب، والعنف وعدم العنف، واحترام الرأي الآخر، والحديث عن حقوق الإنسان والعولمة، والعلمانية الخ...

أيضاً و يتناولون في محاضراتهم ومخاطبتهم الفكر، والفكر الإسلامي، والإعلام في الإسلام والعلوم القرآنية، ويتحدثون عن الاقتصاد والسياسة والأمور العسكرية والانتماءات المذهبية ومدى تأثير ذلك على الجمهور المستقبل, ولا ننسى ما تقوم به أسرة المنتدى العالمي للوسطية بالمساهمة في إيصال العلم الشرعي والأدبي والفكري والعقدي من خلال استقبال مساهمات كتابية في المجلة لأصحاب القلم من الكتاب، والمثقفين الباحثين في أقسام الفكر الإسلامي، والعلوم الإنسانية والاجتماعية والسياسية والفكرية والتربوية، والموضوعات ذات الصلة بالمشروع الحضاري الإسلامي الراهن، وكل ما له صلة بقضايا وشؤون الساحة الثقافية الإسلامية المعاصرة على وجه العموم، كما ويطلب المنتدى من هؤلاء أن تكون مساهماتهم المرسلة أن يراعوا فيها القواعد المتعارف عليها في البحث العلمي من حيث توثيق المصادر والمراجع والنصوص الموضوعية، والمنهجية في الكتابة، والابتعاد عن الأسلوب الخطابي، مع مراعاة الجوانب الأدبية والجمالية في الكتابة، حتى تخرج المجلة بأفكار وعلوم على كافة المستويات ليستفيد منها الباحث والقارئ والجمهور عموماً.

وإلى جانب ذلك ما تقوم به المجالس العلمية الهاشمية في رمضان والمسابقات الهاشمية الدولية لتحفيظ القرآن الكريم للإناث والبنين, دور كبير في مساهمات فاعلة على المستوى المحلي والإقليمي لإخراج جيل محافظ على القرآن الكريم.

وما تقوم به وزارة الأوقاف من إعداد لمواكب الحجيج وتدريب الدعاة والمرشدين على كيفية التعامل مع الحجاج، ومن ثم كيفية تعليم الحجاج وتعريفهم على مناسك العمرة والحج, أحدث تأثيرا في أداء المناسك بكل يسر وسهولة عند خروجهم إلى الديار المقدسة, مما عزز روح التوعية لديهم.

كما أن هناك موقع المحتسب ومركزه والمشرف عليه عبد الله الوطيان بالمؤتمر الذي عقد في الاردن بعنوان (فعاليات مؤتمر الإصلاح بين التأصيل الشرعي ومتطلبات العصر) ونظمته الجمعية الأردنية للثقافة المجتمعية حيث شارك في المؤتمر العديد من العلماء والدعاة من دول عربية شتى حيث أجريت فعاليات المؤتمر في 25-2013/4/26 م الموافق 15-6/16/ 1434 هـ

الإتجاهات الرئيسة لإستراتيجية الدعوة:

لا بد لكل إستراتيجية من غايات تصل إليها عن طريق الأهداف المرسومة، وتتضافر العناصر الإستراتيجية الأخرى من إدارة وتخطيط وتحليل لبلوغ هذه الغايات. الاتجاهات الرئيسية لإستراتيجية الدعوة تعني باتجاهين يمثلان المسار الذي يوصل إلى الغاية، حيث المسار الأول يهتم بالبيئة الداخلية وهي بيئة المسلمين، هذه البيئة التي لا بد من تأمين وبسط قيم الدين فيها، عن طريق الدعوة إلى مكارم الأخلاق

والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، فهذا الاتجاه يحتاج إلى جهد دعـوي ويمثـل أحـد اتجاهات الدعوة.

أما الاتجاه الآخر فهو البيئة الدولية حيث أمرنا كمسلمين بتبليغ الدعوة الإسلامية إلى العالم غير المسلم وذلك وفق تخطيط إستراتيجي يستهدف هذه البيئة العالمية محلـلاً لواقعها ولما هو مطلوب لتبليغ رسالة الإسلام إليها، وعن هذين الاتجـاهين الرئيسـيين يقـول محمـد حسـين أبـو صـالح: إن إسـتراتيجية الـدعوة تسـير في اتجـاهين هـما: تأمين وتقوية الجبهة الداخلية الإسلامية عـبر التنميـة الأخلاقيـة للأفـراد. أمـا الاتجـاه الثاني فهو تبليغ الدعوة إلى البيئة الدوليـة، وبـالنظر إلى طبيعـة البيئـة التـي تتعامـل معها الدعوة والتحديات التي تواجهها يتضـح أن امـتلاك القـوة الإسـتراتيجية يشـكل التوجه الـرئيس لإسـتراتيجية الـدعوة باعتبـاره العمـود الفقـري لنجـاح الإسـتراتيجية، تتشكل القوة الإسـتراتيجية مـن خـلال امـتلاك عنـاصر القـوة في المجـالات السياسـية والاقتصادية والاجتماعية و العسكرية.

إن تبليغ الدعوة ميدانه عالمي وما الجهود القطرية إلا لتصب في الجهد العـالمي فهـو الميدان المقصود وإليه تنتهي غايات الدعوة:إن بلورة الرؤية الإسـتراتيجية الإسـلامية ـ الرؤية العالمية ـ لا يمكن التوصل إليها إلا في حالة وجود رؤى إستراتيجية على مستوى الدول، وهـذا يعنـي أن العمـل عـلى المسـتوى المحـلي الـذي يقـود إلى بلـورة الرؤيـة الإستراتيجية على مستوى الأقطار وبالتالي وحدة الأمة المسـلمة في القطـر المعـين هـو

المدخل للرؤية العالمية التي ستعني حينها وحدة الأمة الإسلامية تجاه قضاياها الإستراتيجية ووحدة مشاعرها.

ويضيف محمد حسين أبو صالح: إن وجود ووضوح الرؤية الإستراتيجية الإسلامية العالمية والتوحد حولها في ظل امتلاك القوة الإستراتيجية هو السبيل ليس لإفشال المخططات الإستراتيجية الصليبية وحسب بل وأيضاً العبور فوق ذلك نحو تحقيق مفهوم إستراتيجية الدعوة الإسلامية ووصولها إلى كافة بقاع العالم.[1]

استراتيجية إدارة الأزمات الدعوية:

يتعرض العالم الإسلامي لأزمات تستهدفه كأمة إسلامية كما حدث إبان الرسوم المسيئة للرسول عليه السلام في العالم،بالدنمارك كما تتعرض الدولة المسألة لأزمة تستهدفها في دينها وقد تتعرض الأقليات المسلمة هي الأخرى إلى أزمة.كل هذه الأزمات من الأفضل أن تدار بواسطة إستراتيجية واضحة تضع الخطط الإستراتيجية والتحليل الإستراتيجي لمواجهة هذه الأزمات وذلك لمنع تكرارها والاستعداد لأي أزمة طارئة يتعرض إليها المسلمون.

يرى المختصون أن الأزمة تمر بثلاث مراحل هي مرحلة ما قبل الأزمة ومرحلة التعامل مع الأزمة ومرحلة ما بعد الأزمة.

---

1 . علي عيسى عبد الرحمن : الإدارة الاستراتيجية للدعوة الإسلامية (مفهومها – اتجاهاتها – عناصر نجاحها) ، موقع الفكر الإسلامي .

تأتي مرحلة التعامل مع الأزمة وإدارتها من أهم المراحل التي تحتاج إلى عمل فريق عمل يدير هذه الأزمة مع مراعاة ضبط النفس والسيطرة على ردود الأفعال مع المبادرة إلى قطع الفتن والمنازعات وتسلكين الغضب.

ضمن التعامل مع الأزمة تحديد الرسالة الإعلامية الموجهة إلى الجمهور.

أما مرحلة ما بعد الأزمة فهي تحتاج مواصلة الاهتمام بالأمر والجمهور وتقييم عمل خطة الأزمة واستجابة الإدارة والعاملين.

لإدارة الأزمات التي تواجه المسلمين لا بد من تكوين قاعدة بيانات لجمع اكبر عدد من المعلومات بالأزمة المعنية. كما تجب الاستفادة من كل المراكز الدعوية ومراكز الثقافة الإسلامية والمؤسسات الدينية واستنفارها لمواجهة الأزمة كل من منطلقه. وإنشاء مراكز خاصة بإدارة الأزمات يظل هو الأصل لإدارة الأزمات حيث يتولى التنسيق مع كل الجهات التي تحمل الهم الإسلامي. وهذه المراكز هي التي تتولى إقامة التجمعات والمهرجانات التي تدير الأزمة عبرها ويهتم مركز إدارة الأزمات بنشر وطباعة الكتب والإصدارات المختلفة الخاصة بالأزمة المعنية. ويمكن لمراكز إدارة الأزمات أن تقوم بدارسة استشرافي يتم بموجبها التنبؤ بالأزمات القادمة والتي تواجه العالم الإسلامي وتأتي أهمية هذه الدراسات الإستشرافية لإقامة دورات تدريبية خاصة بالأزمات المتوقع حدوثها. ومن فائدة الدراسات الإستشرافية هذه الثغرات.

كما تأتي مهام مراكز الأزمات هذه بتذكير المسلمين بضرورة الرجوع إلى الله عن حدوث الأزمات والتقرب إلية بالصلوات والدعاء مع الصبر كما فعل والد

يوسف[1] ﴿وَجَآؤُوا عَلَى قَمِيصِهِ بِدَمٍ كَذِبٍ قَالَ بَلْ سَوَّلَتْ لَكُمْ أَنفُسُكُمْ أَمْرًا فَصَبْرٌ جَمِيلٌ وَاللـهُ الْمُسْتَعَانُ عَلَى مَا تَصِفُونَ﴾ [2].

المحاور الرئيسية في الاستراتيجية كما يراها جمال البنا:

أولا: الاستراتيجية المطلوبة يجب أن تكون إستراتيجية تثوير وبناء جديد.

أ - قامت الدعوات الإسلامية المعاصرة بفكرة الدفاع عن الإسلام وإبراز محاسنه الخ...

والإسلام محفوظ بحفظ اللـه، والدفاع عنه مهمة المفكرين والكتاب. أما الدعوات الإسلامية فليست مهمتها الدفاع عن الإسلام ولكن إنهاض المسلمين وهي المهمة التي لم تتصدر لها، وكانت النتيجة حدوث فراغ وانعدام وجود الدعوة الإسلامية الحياتية، الشعبية.

وتركيز الدعوات الإسلامية جهودها للدفاع عن الإسلام، وليس العمل لإنهاض المسلمين كان أمرا طبيعياً منها لأن إنهاض المسلمين يتطلب أن تأخذ الدعوة الإسلامية طبيعة عملية ثورية حيوية، ولم يكن لدى الدعوات الإسلامية لا الشجاعة ولا التأصيل النظري لثورة التغيير الإسلامية.

ب- النظم الحاكمة القائمة مترهلة ومتضاربة فضلا عن فسادها، وقيام معظمها على وسائل ديكتاتورية.

1 . علي عيسى عبد الرحمن ، المرجع السابق .

2 . سورة يوسف، آيه 18.

مفروضة على الشعوب وتربطها بالقوى الدولية تحالفات أريد بها الحماية المتبادلة كما أن المؤسسة الدينية اصطنعت بحكم وضعها وللأسباب التي أشرنا إليها في المدخل موقف الحفاظ على الوضع القائم ومقاومة كل جهود التغيير.

ج- لا يملك إرادة وقوة التغيير على أساس نظري متكامل إلا النظرية الماركسية والدعوة الإسلامية.

وقد تهاوت الأولى لفقدانها الحرية بينما عجزت الثانية عن الفعالية لتجمدها وتقوقعها وفقدانها التفكير والتعامل مع المستجدات.

د- بحكم التاريخ الذي جعل الدين جذر الحضارة في هذه المنطقة، حتى قبل الإسلام.

ولأن اللغة العربية لغة الفكر- هي لغة القرآن الذي حماها من الإذابة في اللهجات الإقليمية، ولأن القيم التي غرسها الإسلام هي التي كونت وجدان شعوب المنطقة. فلابد لاستراتيجية النهضة أن تكون إسلامية وأي استراتيجية أخرى ستكون غريبة مستوردة، ولن تلمس نبض الشعب ولن تتجاوب معها الجماهير العريضة.

هـ- وهناك عامل آخر يفرض "الإسلامية" على الاستراتيجية هو أن غول العولمة وقواه الكاسحة من مال أو سلاح يمكن أن يدمر شخصية الأمة تماما ويذيبها ليعيد صياغتها كما يشاء.

الإسلام وحده هو الذي يقوى على صد هذه الغائلة - وليس هناك بديل فالاشتراكية، والقومية العربية، والوطنية كلها تهاوت كبيوت من ورق، ولا يمكن أن نجد كتابا كالقرآن، ولا أسوة كالرسول ولا كوكبة من القادة كالصحابة فضلاً

عن ذكريات وجهود وعلماء وشهداء على مدار ألف وأربعمائة عام، وليس مطلوباً ولا هو مستطاع أن نمحو الذاكرة التاريخية للأمة، أو أن نبدأ من فراغ أو أن نستجدي النظم، فهذا كله عبث. الإسلام وحده هو الذي يمكن أن يقف أمام خطر إذابة العولمة.

و- وقضية التنمية التي هي التحدي الأول أمام الدول الإسلامية لا يمكن أن تحقق إلا باعتبارها معركة حضارية إيمانية يعبأ لها الشعب باعتبارها الصورة الحقيقية للجهاد. والإيمان الإسلامي هو القوة الرافعة التي ترفعها من أرض المكاتب والقواعد إلى سماوات الإنجاز، والطاقة المجانية التي تكفل لها دوام العمل ولن يتوفر هذا إذا قامت الحكومات والخبراء، والفنيون أو أعتمدت على الإعانات والاستثمارات والقروض وسياسات البنك الدولي فهذه كلها تربطها بالعولمة وتخضعها لمصالح الدول الكبرى والمؤسسات العملاقة.[1]

ثانيا: إذا أريد تطبيق الاستراتيجية المنشودة فلابد من تقديم فهم جديد للإسلام يختلف تماما عن الفهم التقليدي السلفي المتقوقع الذي ظهر عقمه، ويقوم على تثوير القرآن بمعنى إعادته كما كان أداة لخلق مجتمع جديد وإخراج الناس من الظلمات إلى النور.

أ- يشترط في هذا الفهم أن يكون إسلاميا أصيلا لا يقوم على التلفيق أو التطويع ويبرأ من الأثر الاعتذارى أو التبريرى وأن تتوفر له في الوقت نفسه الفعالية إزاء

---

1 . جمال البنا : استراتيجية الدعوة الإسلامية للقرن 21 ،www.islamiccall.org /istratgy.htm

التطورات والمستجدات وتحديات العصر كموضوعات المرأة والفنون والعدل والـنظم السياسية والاقتصادية وحرية الفكر وحقوق الإنسان وكرامته الخ...

ب- لا يمكن التوصل إلى هذا الفكر وبلورته إذا وضعنا كمرجع لها الفكر الـتراثي كائنـا ما كان والمصدر الوحيد الذي يسعفنا هو القـرآن الكـريم ومـن ثـم فـإن هـذا الفكـر يجب أن يكون له منبع وحيد هو القرآن ومصب أخير هو الإنسان ووسيلة هي تثوير المجتمع

ولا يعنى هذا استبعاد السنة، لأن مرجعية الرسول منصوص عليها في القـرآن. فالأخـذ بها أخذ بالقرآن، وإذا كان الإسلام قد كتب بحروف القرآن فإن السنة هي النقط على هـذه الحـروف ولا يمكـن فهـم الكلـمات دون الـنقط، ولكـن الـنقط أيضـا محكومـة بالحروف نفسها التي لا يمكن بغيرها أن يكون للنقط معنـى فالسـنة مبينـة وليسـت منشئة أو مغيرة إلا على سبيل الاستثناء.

والرسول في هذه الاسـتراتيجية هـو بتعبـير القـرآن " أسـوة " المـؤمنين جميعـا، وعـلى نقيض ما يرى الفقهاء التقليديون، فإن ما وضعه الرسـول لسياسـة الحكـم قـد يكـون أهم وأبقى مما وضعه من تفاصيل الشعائر.

ج- لابد أن يكون هذا الفهم شاملا لكل جوانب المعرفة الإسلامية من فقه وحـديث وتفسير.

وأن ينبع عن نظرية واحدة بحيث لا يوجد تنـافر أو تضـارب في أجزائهـا، وأن يتسـم بطـابع الانتهـاض والتفـاؤل والقـدرة عـلى التغيـير والوصـول إلى الأهـداف التـي تحقق الحياة الكريمة للجماهير العريضة للشعب وأن ينهى الفصام التقليدي مـا بـين

الإسـلام والإنسـان. الـدين والـدنيا، وتحـريم الفنـون والآداب والعـزوف عـن جعـل الاستمتاع بطيبات الحياة الدنيا هـدفا مـن أهـداف الـدعوة الإسـلامية. إن الحيـاة في سبيل اللـه لا تتنافى مع "الموت في سبيل اللـه" بل لعلها أن تكون الطريق إليه.

- ومن القسمات الرئيسية في هذا الفهم إنقاذ الفكر الإسلامي من المنطـق "الصـوري الطقوسي" إلى عالم الحياة وإبراز القيم الحضارية من العلم والعدل والعمـل والحريـة التي هي في الحقيقة لب الأديان، وبوجه خاص الإسلام.

- ومن القسمات الرئيسية في هـذا الفكـر الإيمـان بحريـة الفكـر والاعتقـاد إلى آخـر مدى " فمن شاء فليؤمن، ومن شاء فليكفر.

- ومن القسمات الرئيسية في هذا الفكر أيضا تحرير المرأة المسلمة من القيـود التـي فرضها الفقهاء وعزلوها بها عن الحياة.

إن العلم، والعمل والمشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصـادية هـي حقـوق للمـرأة كفلها القرآن عندما قال والمؤمنون والمؤمنات بعضهم أولياء بعض يأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر] إلى آخر الآية، ولا يمكن لأمة الإسلام أن تـنهض ونصـفها مشـلول، ومن الخطأ الفاحش أن تختزل قضية المرأة في "الحجاب".

د. لابـد أن تتضـمن الـدعوة الإسـلامية الجديـدة كجـزء لا يتجـزأ منهـا صـورة للإمكانيات الهائلة التي يمكن أن تتغير بها صورة الحياة الواقعة، بل تقلب الأوضـاع الدولية رأسا على عقب، ويكـون ذلـك بـأن يوضـع كهـدف إسـتراتيجي التوصـل إلى طريقة استخدام الطاقة الشمسية استخداما تجاريا " ولن يعجز العلماء والمسلمون عن التوصل إلى ذلك، وسيعيد هذا مراكز القوة في أوربا إلى البحر الأبـيض المتوسـط

(كما كانت قبل الثورة الصناعية) وستغرس الحياة الكريمة والنور في القارة التي أطلقوا عليها القارة المظلمة، وستصبح الصحراء الكبرى التي تماثل مساحتها الولايات المتحدة، وتزيد مزارع ومصانع، ومدن تكفل الحياة الكريمة لكل أبنائها.

وإذا حق لأوربا أن تفخر بالعدد الكبير من العلماء والمكتشفين والمخترعين، والفنانين والفلاسفة فإن الاستراتيجية الإسلامية تبرز دور " الأنبياء " الذين أنعم اللـه على الشرق بهم، وكيف كانوا القادة الذين هدوا الشعوب والجماهير إلى الحياة الرضية الخيرة، وإلى ما قامت به الأديان من تعميق الضمير، وإرساء القيم وتنظيم المجتمع وهذا كله يعدل، ويفوق ما أنجبته أوربا من نوابغ.

وفي حقيقة الحال فإن المؤمنين بهذه الاستراتيجية لا يمكن أن يتطرق إليهم شعور بالدونية، أو أن يصابوا بانبهار لأنهم يؤمنون أن الحضارة التي يدعون إليها أفضل من الحضارة الأوربية في جوانب رئيسية فالإنجاز الأعظم للحضارة الأوربية هو في "الأداء" وطريقة الصنع والإنتاج والتعامل وسرى هذا في عروق هذه الحضارة بحيث غلبت عليها الشكلانية " إلى درجة أصبحت تعتبر كل من لا يأكل بالشوكة والسكين ويلم بأتيكيت المائدة همجيا متخلفا حتى إن كان لديه الصدق، والإخلاص والعدالة والعقل والذكاء الخ.. فاستراتيجية الدعوة الإسلامية أبعد عن أن تؤخذ بالحضارة الأوربية، أنها تعمل فيما تعمله - لإصلاح نقص الحضارة الأوربية المميت، ألا وهو ابتعادها عن عالم الروح والقيم.

وفي الوقت نفسه فإن عناية الاستراتيجية بتحقيق الطاقة كأداة لتطوير المجتمع سيخلص المجتمع من التخلف المادي حتى وإن ظل تقدمه أقل مما وصل إليه

الغرب، وهو شيء لا تأسى عليه الاستراتيجية- بل إنها تـرى أن كـبح جـماح الاسـتهلاك وتقييد تعدد الاحتياجات وإشباع كل ما تهوى الأنفـس هـو أمـر مطلـوب- وأن عـدم وجوده في المجتمع الأوربي سيكون في النهاية من أكبر مشكلات هذا المجتمع فالتخمة يمكن أن تكون قاضية كالمجاعة.

هـ- سيكون من الضروري لهذا الفهم أن يجابه بقوة وصراحة بعض معالم ومقومات الفكر الإسلامي التقليدي مثل التفاسـير وجنايتهـا عـلى روح القـرآن، والسـنة وضرورة ضبطها بمعايير القرآن وإحلال فقه جديد محل الفقه التقليدي السلفي، وبصفة عامة تجاوز التراث واعتبار أن جذر الفكر الإسلامي الحقيقي والأصـيل هـو القـرآن الكـريم وهو محور هذه الاسـتراتيجية ولا يجـوز أن يفتـات عليـه أو يحـل محلـه وكيـل هـو التراث.

ولابد من صياغة مفردات هذا الفهم في كتابات سائغة، بأسلوب مفهـوم بعيـد عـن التعقيد الأكاديمي والتفقيه التقليدي، تفنّد كـل مـا يوجـه إليهـا مـن اتهامـات أو مـا يحيط بها مـن شـبهات، وتنتهـي إلى النتـائج المنشـودة عـلى أن لا يمـس هـذا درجـة الإحكام والأستاذية التـي يجـب أن تتـوفر في مراجـع لنظريـة جديـدة أو اسـتراتيجية شاملة.

عندما يتم التوصـل إلى هـذا الفهـم الجديـد المنشـود والـذي يمثـل الأسـاس النظـري للإسـتراتيجية يمكـن الانتقـال إلى طريقـة تحويـل الفكـر إلى عمـل، والنظريـة إلى سياسة PoIicy مع التنبيه إلى مخاطر الانتقال مـن الفكـر إلى العمـل قبـل اسـتكمال الجانب النظري واستيعاب الجماهير له.[1]

---

1 . جمال البنا ، المرجع السابق . www.islamiccall.org /istratgy.htm

ثالثا: طرق التغيير وهي:ـ

أ - التغيير الثوري بانقلاب عسكري كالذي حدث في سوريا والعراق وكانقلاب 23 يوليو في مصر.

ب - التغيير التدريجي بالحكمة والموعظة الحسنة بحيث يمكن التوصل إلى تغيير الرأي العام واكتساب رأي عام جديد ومثاله في العصر الحديث الجمعية الفابية في إنجلترا في أواخر القرن التاسع عشر التي أسسها لفيف محدود جدا (خمسة أو ستة) من ذوى الاتجاه الاشتراكي واستبعدوا لوثاته وعملوا لإذاعة هذا الفكر بالنشر أساسا ونجحوا بحيث استطاع حزب العمل سنة 1945 أن يحقق ثورة اجتماعية دون حاجة إلى الشرعية الدموية المزعومة للثورات.

كما يمكن أيضا دراسة سياسات ووسائل التبشير بالمسيحية والشخصيات البارزة في الفكر المسيحي مثل القديس بول واجنازيو دي ليولا وفرانسيس الأسّيزى وسان فنسان دي بول وقيادات الكنيسة الأرثوذكسية في مصر التي قاومت الاضطهاد البيزنطي، بالاختصار القيادات التي قامت بالتبشير بالمسيحية داخل أوربا ونشرتها خارجها وكانت وسائلها التبشير والنشر والمدارس. وقد كانت هي التي جعلت معظم زعماء وحكام أفريقيا مسيحيين لأنها أدخلتهم أطفالاً في مدارسها ونصّرتهم وكانوا قبلا مسلمين أو وثنيين.

ولا يجوز المضاءلة من أثر هذه الوسيلة في المدى الطويل، وبعيدا عن الأضواء. إن نصف النخبة رجالا ونساء في المجتمعات العربية تقريباً تعلموا في مدارس الراهبات أو الجزويت الفرير لأن أهليهم أرادوا أن يرسلوهم في بعثات وكان لابد من إحكام

اللغات الأوربية، وفي حالة الإناث، فإن هذا اعتبر علامـة مـن علامـات التقـدم. وكـان للجامعة الأمريكية في بيروت، ثم في القاهرة ولكلية فكتوريا في الإسـكندرية أثـر بـالغ على تكوين الشبيبة التي تلي المناصب وتضع القرار.

وفي تاريخنا الإسلامي فإن الطرق الصوفية والتجار نشروا الإسلام في الأطـراف القاصـية من العالم في إندونيسيا والملايو والصين والفيلبين وأدغال أفريقيا، وقد أثمرت دعـوتهم في الوقت الذي اندثر الإسلام من بلاد فتحت بحد السيف وظل المسلمون فيها ثمانيـة قرون كالأندلس.

وهناك هيئة إسلامية معاصرة مثالاً في التعريف بالإسـلام هـي هيئـة التبليـغ التـي تحدثت الصحف والإذاعة البريطانية من مؤتمرها العام في الأيام الأخيرة من يناير سنة 2000 وقدر عدد من حضره بمليونين وقيل أنه أكبر تجمع إسلامي بعـد الحـج وفكـرة التبليغ رغم وعورة وصعوبة القيام بها: لأنها تتطلـب عـادة السـفر إلى أقطـار بعيـدة للتبليغ بالإسلام من أنجح الدعوات لأنها بسيطة وسائغة والـنقص الـرئيسي أن القيـام بها يدور حـول التعريـف بالشـعائر مـن صـلاة أو صـيام. والـدعوة الإسـلامية عنـدما تنفصل عن روحها تصبح مجرد طقوس ولو بلغ دعاتها روح الإسلام لأسهمت إلى حـد كبير في النهضة بالمسلمين وكل من تبلغهم هذه الدعوة.

كما يجب دراسة قيـادات الفكـر الاشـتراكي مـاركس وانجلـز وروزا لوكسـمبرج ولينـين وتروتسكى والقيادات التي نشرت الفكر الاشتراكي في مختلـف دول العـالم والمشـكلات التي عانوها والمآزق التي تعرضوا لها، الخ...

ج - العمل السياسي بتكوين حزب والوصول للحكم، ويمكن لهـذا الحـزب أن يتقلـد الحكم بطريقة ديمقراطية (حزب العمال في بريطانيا سنة 1945) أو بطريقة انقلابيـة (حزب النازي والحزب الفاشي في ألمانيا وإيطاليا).

الوسيلة الثانية (ب) أي التغيير التدريجي للرأي العام واكتساب رأي عام جديـد هـي الأمثل لأنها تبرأ من مخاطر الديكتاتورية العسكرية، والانتهازية الحزبية تكفل الإيمان الحقيقي الذي لا يتأتى إلا بتعميق الفكر.

تتفق مع الإسلام الذي يعنى بإصلاح الفرد - قبل وأهم - من إصلاح الأوضـاع وتتبـع تكتيك " المرحلة المكّية - مرحلة العقيدة- قبل المدينة ومرحلة الشريعة.

مع أنها تتطلب وقتا طويلا، وعادة ما لا تكون لها " الجاذبية الثوريـة " فإنهـا آمنـة، ولا يمكن أن تتسبب في مثل نكسة 67 التي أخرت العرب مائة سـنة أو في تراجيـديا " أم المعارك " وموبقـات الشرعيـة الثوريـة المزعومـة كـما تكفـل البعـد عـن هسـتيريا الجماعات الإسلامية التي تتصور أنه يمكن بالعنف إقامة الدولة الإسلامية.[1]

ولكن لما كان الأسلوب الإصلاحي التدريجي الذي ستنهجه الاستراتيجية سيؤدى بـروح ثورية نتيجة تثوير.

القرآن فإن هذا سيوفر له قدراً كبيراً من الحماسة والثقة بسلامة الفكرة وقيامها عـلى أعظـم المرتكـزات - القـرآن - وفي الوقـت نفسـه معايشـتها للحـاضر واسـتشرافها للمستقبل، وأن ما تطرحه مـن حلـول هـي حلـول سـليمة ليسـت فحسـب لمشـكلة المجتمع العربي الإسلامي، بل أيضا لحل أزمة المجتمع الأوربي/ الأمريكي.

---

1 . جمال البنا ، المرجع السابق . www.islamiccall.org /istratgy.htm

إنها ثورة الكلمة التي تريد أن تعيد مرة أخرى ما قالته عائشة فتحت المدينة بالقرآن" دون حاجة إلى قتال أو دماء.

إن هذا لا يقل أهمية في الثورة عن مضمون الدعوة نفسها وقد نجحت دعوة الإخوان المسلمين والجماعات الإسلامية الشاردة في تحقيق قدر من الجو الحماسي ولكن لما كانت مرتكزاتها ماضوية، سلفية، عاجزة عن مجابهة مشكلات العصر، دع عنك المستقبل، فلم يثمر إيمانها عملا لقد كانوا على استعداد " للموت في سبيل الله " وليس للحياة في سبيل الله.

إن المناخ الإنتهاضي الروحي المطلوب هو ما يثمره تثوير القرآن - هذه العملية التي تبرأ من لوثات الثورات الأوربية وتخلص في الوقت نفسه من مثبطات الإصلاح التدريجي.

وفي الوقت نفسه فمن المهم إبراز أفضلية الأسلوب "الدعائي/ الجماهيري" الذي أشرنا إليه آنفا على الأسلوب "الثوري/ السلطوي" وما يحيط بالسلطة من مغريات ومفاسد في الأفراد، وعلى التطبيق. وان الحكم بوازع السلطان لن يثمر إلا الديكتاتورية البغيضة، ولابد أولا من إيمان القاعدة العريضة للجماهير.

إذا أمكن بلورة النظرية خلال بضعة أعوام وهو أمر ممكن بفضل الكتابات المتاحة بالفعل والتي تكون الأساس النظري للاستراتيجية المنشودة وما يستجد من كتابات أخرى مكملة فيمكن تكوين هيئة مماثلة للجمعية الفابية تكون مهمتها نشر وإذاعة هذا الفكر واستخدام كل الوسائل الحديثة للنشر والإذاعة والتعريف كالأشرطة والتليفزيون والإنترنت الخ...

بحيث يمكن خلال عشرين سنة تهيئة رأي عام يعمل بقوة وإيمان للمشروع الحضاري الإسلامي. ويمكن عندئذ لـلـهيئة أن تؤسـس مـن داخلها حزبـاً ينفصـل عنهـا بمجـرد تكوينه ليقوم بالتطبيق خلال الحكم بوسائل ديمقراطية. وتبقى الهيئة لتراقب حزبهـا حتى لا ينحرف وتزوده بالعناصر المؤمنة ولتآزره عند الحاجة ولكنهـا تظـل في جميـع الحالات هيئة دعوة.

ولما كانت دعوة الإحياء الإسـلامي قـد بـدأت بالفعـل في بلـورة النظريـة، فـإن الجـزء الأعظم من "طرح الاستراتيجية" يكون قد تم ولو في مرحلة أوليـة، ويبقـى بعـد ذلـك العمل والممارسة التي ستصقل التنظير وستكشف عن نواحي الكمال أو القصور، ومـا يجب أن يضاف، وما يحسن أن يحذف، حساب الأولويات، الخ...

وهو ما لا يتضح تماماً إلا بالعمـل الميـداني ووسـط الجماهـير الـذي ستمارسـه دعـوة الإحياء الإسلامي وما يكشف عنه هذا العمل من أولويات أو تعديلات.[1]

---

1 . جمال البنا ، المرجع السابق . www.islamiccall.org /istratgy.htm

المبحث الرابع

مقومات ومعوقات التخطيط الإستراتيجي للإعلام الدعوي في الأردن

مقدمة :

يرى الباحث أن الرؤية الإستراتيجية للإعلام الدعوي تحتاج إلى خطة واضحة المعالم وخارطة للتمشي بموجبها من قبل الإعلاميين أصحاب الخبرة والمراس في العمل الإعلامي، ومن أهل الفكر والعلماء العاملين المخلصين والدعاة المفوهين الذين يتواصلون مع جمهورهم بكل صدق وإخلاص ومحبة عبر كل وسائل الإعلام مرئية أو مسموعة أو مقروءة أو عن طريق الشبكة العنكبوتية بوضع صفحات على مواقعهم للحوار والمناقشة والاستفسار والتقرب من الجمهور المستقبل لتقبل الآراء والأفكار والمواعظ ومناقشتها.

كما وأن للهواتف المحمولة عملاً مهماً وفوائد لا حصر لها وذلك من خلال إرسال الرسائل لكل ما هو مفيد كأدعية أو أذكار أو بعض المناسبات التي يحتفل بها المسلمون.

وأما من وجهة نظر منتصر حاتم حسين بأن نجاح العملية الإعلامية تتم بعدة أمور:

اختيار الكفاءات الصالحة القادرة على القيام بهذا العبء: فمعلوم أن القائم على العملية/ وخصوصاً توجيه الرسائل/ هو العنصر الأهم فيها، وبالتالي فإن العمل على إنجاح هذه العملية يستوجب أن يكون القائم عليها أهلاً للمهمة من حيث

المستوى العلمي والإدراكي، ومن حيث النظرة الشمولية لمتطلبات العمل، والأفق الواسع الذي يمكن به وضع المخططات التي تضمن أحسن النتائج.

إن العلاقة التي يمكن أن تقوم بين المرسل ومستقبلي الرسالة علاقة تحتاج إلى المزيد من الدقة في التعامل، فالمستقبلون يتلقون الرسائل فينسجمون مع بعضها ويحبون بعضها ويمتعضون من قسم منها وقد تثور ثائرتهم على جزء منها نتيجة خلفية خاطئة عنها أو جهل مستعص بها، فكيف يتعامل القائم مع ذلك الاختلاف؟ !

إنه أمر خاضع- بالإضافة إلى العلم والإدراك وسعة الأفق- إلى مقومات شخصية تستطيع أن تستوعب هذا الاختلاف المؤقت وتحيله انسجاما ووحدة في النظر عند الجميع حتى يتشكل عند المتلقين جميعاً شيئاً أهم من الرأي العام وأرفع وربما كان الصبر الطويل واحداً من مقومات تلك الشخصية.

تحري الدقة التامة في مصادر بعض الرسائل الإعلامية:

إن المصادر الأساسية لرسالة الإعلام الإسلامي مصادر موثوقة بذاتها كالقرآن الكريم والسنة النبوية، ولكن الأمر يختلف عندما تعترض العمل أحداث مستجدة لا بد من طرحها وقضايا معاصرة لا بد من معالجتها، فمن أين نأتي بالمصادر الموثوقة بمثل ذلك؟ !

هل نعتمد على وكالات الأنباء العالمية ونكون بذلك مروجين لكذبها وإشاعاتها؟ أم نعتمد على ما تتناقله بعض الوسائل الإعلامية الأخرى من غير فحص ولا تحر ولا تدقيق؟

أم يكون لنا تميزنا بهذه وتلك، واستقلالنا بالعرض والتحليل دون تأثر أيضا بهذه وتلك؟

فالغلط أو الكذب في وسيلة الإعلام الإسلامية لا يتساوى أبدا مع الغلط أو الكذب في أي وسيلة إعلام أخرى، بل هي أضعاف ذلك، لأن الغلط وإن كان مبررا شرعا فهو غير مبرر غالبا عند المستقبل، بل هو أحيانا لا يريد أن يبرر، لأن الغلطة غلطة موَّجِهِهِ وليست غلطة تلميذه.

أما الكذب فبالإضافة لكونه خرقا للشريعة هو عمل سلبي كبير يراه المستقبل وصمة تهز كيان الاستقبال عنده، وفي هذا خطر لا يخفى، ولتلافي ذلك لا بد من الركون إلى مصادر مؤهلة ثقة وصدقاً وإدراكا وتحليلاً، تعين المستقبل على تلقي رسالة صادقة متميزة.

وضوح الهدف:

إن معرفة ما يريده المرسل من رسالته بوضوح ومعرفة كيفية بث الرسالة بالشكل الذي يحقق له ما يريده أمر غاية في الأهمية، فإذا كان هدف الإعلام الإسلامي إعداد الجيل العقائدي الواعي الذي يفهم الإسلام على أنه دين عبادة وعمل، وشرع دنيا وآخرة، ومنهج حياة متكامل، فإن عليه أن يعدَّ لإيجاد هذا الفهم في أذهان المستقبلين، علما أن هذا عملٌ غير سهل في إطار التنوع الإعلامي وتعدده، ولكن عدم السهولة لا تعني الاستحالة، فباعتماد أسلوب العمل المنظم والصحيح يتمكن المرسل- بإذن الله- تحقيق هدفه، وتبدو أهميته واضحة للتكامل في بث الرسائل في هذا المجال.

فعندما يكون لكل رسالة إعلامية على حِدَه هدف خاص تسعى لتحقيقه من خلال منهج مرسوم لا من خلال تعبئة صفحات أو سد فراغ في برنامج مسموع، وعندما تلتقي أهداف هذه الرسالة في محصلة عامة من غير تناقض، ساعية إلى إيجاد الشخصية المتكاملة، وعندما يتحقق الانسجام الكامل بين الأهداف الجزئية المرسومة لكل رسالة على حِدَه، والهدف العام الذي يجب أن تلتقي عنده كافة الرسائل لتصب في توجه فكري معين، نكون قد خطونا خطوةً مهمةً في العمل على تحقيق الشخصية الإسلامية المتكاملة عند متلقي الرسالة.

ويبقى لمقدار استجابة المتلقي نفسه ولمقدار تأثير المرسل بالمتلقي حتى يجعله متكيفاً أكثر من الاستقبال أثر آخر في تحقيق الهدف المنشود[1].

ولضمان الحصول على نتائج مرضية للخطة الإستراتيجية عموما يمكن ملاحظة العوامل الرئيسية التالية:

1- يجب عدم المغالاة في وضع الأهداف بحيث يصبح من الصعب تحقيقها في ظل الإمكانيات المتاحة.

2- وضع الأهداف بما يتلاءم مع قدرات المنظمة بحيث لا تنجر وراء طموح الشمولية والسعة غير الواقعية.

3- التأكد من توفير التمويل الكافي لبرامج الخطة وفعالياتها لضمان تشغيل الخطة كما يجب.

---

1 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذ، ص 135-137.

4- الكشف بأمانة عن الميول السلبية داخل المنظمة والتغلب عليها وفق حلول يضمن وجودها في الخطة التنفيذية.

5- الالتزام الحقيقي بالخطة والعمل بجدية على إنجازها وإذا لم تتوفر هذه النوايا فإن فرص نجاح الخطة تكون ضعيفة.

6- التركيز على الخطة وعدم التحول عنها إلى مواضيع أخرى مما يؤدي إلى ترقيق الإستراتيجية وإضعافها.

7- تحرير إجراءات تنفيذ الإستراتيجية من القيود الروتينية والإجراءات البيروقراطية التي تثقل عمليات التنفيذ.

8- التمسك بالقيم التي قامت عليها الإستراتيجية والعمل بها بحرص وشمولية.

9- الوفاء بجميع الالتزامات المعقودة مع الآخرين سواء أكانت بالأموال أو بالجداول الزمنية أو بالمسؤوليات[1].

ويرى الباحث أن هناك عوامل فشل في تحديد إستراتيجية الإعلام الدعوي الإسلامي تقف حائلاً بين المرسل (الداعية أو الإعلامي) وبين وصول الرسالة الإعلامية إلى الجمهور (المستقبل) والفشل، وبكل صراحة إذا فشل الداعية أو الإعلامي في إيصال رسالته الإعلامية الدعوية فهي مذمة له لأنها تثبطه عن العمل الدعوي، ولربما يصاب بالاكتئاب إذا كان ضعيف الإيمان وقليل الخبرة والمراس ولنا في رسول الله صلى الله عليه وسلم أسوة حسنة- حيث كان صلى الله عليه وسلم وهو الداعي الأول والمعلم والمرشد والمُلهَم من الله عز وجل لا تثنيه الأقاويل

---

1 . بلال خلف السكارنة: التخطيط الاستراتيجي، م. س. ذ، ص 260 – 261 .

والإشاعات من أنه شاعر أو مجنون أو ساحر، أو محاولة التنقيص منه، والسخريةَ بكل ما يصدر منه عن رب العزة والجلال بل كان النبي الصابر المحتسب المتيقن من نصر الله له وتبليغ دعوته إلى القاصي والدّاني، فكان المربي للأجيال على مر الأزمنة والعصور إلى قيام الساعة، يعطي نموذجاً حياً ودفعاً قوياً لكل الدعاة والعلماء العاملين في المثابرة بالتبليغ والدعوة بكل الوسائل، وخاصة ما هو متوفر في عصرنا الحاضر من تكنولوجيا متقدمة جعلت الصعب سهل وقربت البعيد، وأصبحت المكتبة الشاملة في أغلب البيوت بضغط ولمس على جهاز الحاسوب والدخول على المواقع الإعلامية الدينية الدعوية العقدية والفقهية وكافة العلوم سهلاً لا يحتاج إلى عناء وتعب.

كما أن من عوامل الفشل كما ذكر أحمد شلبي:ومن عجب أننا نلاحظ قوى هائلة تبحث عن الأصوات الجديدة للغناء، وتبحث عن الوجوه الجديدة للتمثيل، ولا نجد من يبذل أي اهتمام أو أي جهد للبحث عن القدرات التي تحمل الهداية للبشرية وتقدم للناس خاتمة الديانات [(1)].

يرى الباحث أن هنالك عوامل فشل في تحديد استراتيجية الإعلام الدعوي الإسلامي في الأردن منها على سبيل المثال لا الحصر:

عدم توفر فرص العمل لتدريب الدعاة من قبل متخصصين لرفع كفاءاتهم وتمكنهم من إيصال رسائلهم الى الجمهور المستقبل.

---

1. أحمد شلبي: موسوعة التاريخ الإسلامي والحضارة الإسلامية، ط 11(القاهرة – مصر: مكتبة النهضة المصرية, 1984م)، ص 310.

قلة الموارد المالية التي تعتبر أساساً في حياة الداعي ليسهل عليه التنقل من مكان لآخر، وذلك للقيام بواجبه الدعوي.

عدم توفر حوافز تشجيعية للداعية من قبل المؤسسات الدينية التي هي مسؤولة عن تثقيف وتعليم الناس (الجمهور) وإرشادهم بكافة مجالات الحياة، الدينية، العلمية، الأخلاقية، الحياتية.

وصف الدعاة والأئمة والخطباء في المملكة الأردنية من قبل المسؤولين وصناع القرار على أنهم على غير كفاءة أو أنهم فاشلون أمام جمهورهم المتلقي.

تأثير الإعلام الغربي وخاصة "الصهيوأمريكي" على كافة وسائل الإعلام العالمية واستخدامه الحرب النفسية في تراجع وتقدم الإعلام العربي والإسلامي، وحربهم على الدعاة وأهل الحق من العلماء والمفكرين، وتمثل هذا في الحرب على أفغانستان، وغزو العراق، ومن قبل احتلال فلسطين وتدنيس المقدسات، المسجد الأقصى"القدس" و المسجد الإبراهيمي الشريف "الخليل"؛ من أجل تشتيت الشعوب فكرياً ودينياً وعقائدياً، كي يبقوا متصارعين فيما بينهم (كصراع داحس والغبراء) وهذا تمثل في المقولة المشهورة الاستعمارية ضد العرب والمسلمين (فرق تسد).

عدم التواصل مع إعلاميين ذوي خبرة وكفاءة وبارزين على الساحة المحلية أو الإقليمية أو الدولية حتى لا يتطور الإعلام الدعوي البناء الفاعل وحتى يبقوا العالم العربي والإسلامي في جهل وسبات عميق ليوئدوا الدين ودعاته في مهدهم.

الغزو الفكري بكافة وسائله محلياً أو إقليمياً أو دولياً سواء كان تهجم على الدين أو دعاة المسلمين أو على النبي صلى الله عليه وسلم، أو التحريض على العلماء والمفكرين والإعلاميين العاملين، أو بالتسلط عليهم وزجهم في السجون أو إقصائهم عن وظائفهم وأعمالهم واتهامهم بالأصولية والإرهاب.

قلة الخبرات والأيادي المتخصصة في الإعلام الدعوي الإسلامي وتعطيل الإعلام المرئي الإسلامي وصعوبة الوصول إليه.

عناصر نجاح الإدارة الإستراتيجية للعمل الدعوي:

نجاح المؤسسات يتوقف على نجاح إدارتها وما عادت الإدارة التقليدية للمؤسسات الدعوية هي الطريقة الأمثل لإدارة العمل الدعوي، فمفهوم الإدارة الحديثة يتداخل مع مجموعة علوم كعلم السياسة والاقتصاد والنفس وحتى مفاهيم العلوم الطبيعية.

وتتمثل خصائص الإدارة الناجحة في:ـ

التركيز على الجانب الإنساني:

التركيز على هذا الجانب في العمل والاهتمام بتطوير العامل، لذلك على المؤسسات الدعوية تطوير أفرادها من دعاة وموظفين فهم الذين يطورون العمل.

كما يأتي نجاح المؤسسات الدعوية باتخاذها لأساليب النجاح المتعارف عليها والتي تتمثل عناصرها في:ـ

تحديد الأهداف:

فعن طريق تحديد الأهداف للمؤسسة الدعوية تصبح على بصيرة، فهل هي مؤسسة مهامها تبليغ الدعوة أم تقديم الخدمات الاجتماعية من تعليم وصحة، فتحديد الأهداف يرسم الأطر التي تتحرك بموجبها المؤسسة الدعوية.

التخطيط:

ضمن المرتكزات الإستراتيجية المهمة وعبره يتم إعداد الخطط والبرامج وفق دراسة مستفيضة تحيط بكل ما هو مطلوب استناداً على مدة زمنية محددة يتم خلالها التنفيذ سواء كان تخطيط قصير المدى (عام) أو متوسط المدى (3 ـ 5 أعوام) أو طويل المدى (10 أعوام.)

التنظيم:

من مقومات الإدارة الناجحة فالتنظيم هو الذي يستوعب الأعضاء القائمين على أمر المؤسسة عن طريق وصف وظيفي يحدد المهام والواجب بلا تدخل في الاختصاصات.

اللوائح وتنظيم العمل:

لنجاح العمل لا بد من لوائح تنظيم هذا العمل بين أفراد المؤسسة تجازي المحسن وتحاسب المسيء.

التمويل:

لا بد من أن تكون المؤسسة الدعوية لها من التمويل ما يكفي لإنجاز عملها.

عناصر أخرى:

1.هنالك الكثير من الحلقات المتداخلة لإنجاح المؤسسة من علاقات عامة وتنسيق ورقابة وتقييم الأداء كل هذه الحلقة تفيد في نجاح المؤسسة.

2. لنجاح العمل الإداري يجب التطلع واستشراف المستقبل وهو ما يعني الطموح الدعوي فلا يكفي أن يعيش الداعية الواقع ولا بد له من التطلع.

3. لنجاح إدارة المؤسسة الدعوية لا بد من أن تكون الواقعية مما يعني استصحاب البيئة المحيطة فالمؤسسة التي لا تهتم بواقعها والبيئة المحيطة بها تظل منفصمة عن البيئة وتفشل في واجبها.

4. التنسيق مع المؤسسات ذات الصلة لتعزيز رسالة المؤسسة الدعوية ما دام كل العمل دعوي يظل التنسيق بين المؤسسات الدعوية مطلوباً لنجاح الدعوة[1].

هناك بعض المعوقات ذكرها منتصر حاتم للإعلام المرئي المسلم وهي:

1- الدعم المادي:

يظل العنصر المادي والمالي من أبرز مقومات نجاح أي نوع من الأعمال فهو ييسر الصعب ويقرب البعيد ويهوّن المستحيل. ولعل قلة الدعم المادي لبعض القنوات يكون سبباً عائقاً في تقدمها أو على الأقل في إبراز بعض أهدافها وتحقيقها.

---

1 . علي عيسى عبد الرحمن: الإدارة الإستراتيجية للدعوة الإسلامية ، م.س.ذ .

2- النقد لغرض النقد:

لا يتعب العامل على قضية بالقدر الذي يتعبه ناقد له الغر ض النقـد فقـط، ولكـن تبقى نية الناقد هي المحك والأساس.

3- قلة الخبرات والأيادي المتخصصة:

التخصص والخبرة مطلب لإنجاح أي عمل، ولعل قلتها في العـالم الإسـلامي وبالتحديـد في بعض المناطق سبباً من أسباب إعاقة أو بالأصح تعطيل الإعلام المرئي الإسلامي.

4- حداثة الإعلام الإسلامي المرئي:

كون الإعلام المرئي أمر جديد على الإعلام الإسلامي فهذا يشكل عائقـاً غـير يسـير لـه، ويكفي من هذا المعوق أن الأعين ستتركز عليه وحوله مترقبة كل ما فيه بعين ساخطة وراضية وأيضاً غير مكترثة.

5- مخالفته لهوى البعض:

مخالفـة الإعـلام الإسـلامي لـبعض الأهـواء والآراء سـيجعله لقمـة في أفـواه لـذعهم ولسعهم له، فالأقلام ستسن لأجل إسقاطه والألسن ستشحذ لإهوائه في الأسفل، وهـو للأسف أمر واقع وحاصل حالياً.[1]

---

1 . منتصر حاتم حسين : أيديولوجيات العالم الإسلامي ، م. س. ذ ، ص 194 .

أما بلال خلف فيرى أن معوقات التخطيط الإستراتيجي تتمثل فيما يلي:

1. التغير والتبدل السريع في البيئة

بما أن الإستراتيجية هي خطة بعيدة المدى (5 سنوات أو أكثر) فإنها بحاجة إلى استقرار الظروف التي تحيط بها خلال هذه الفترة وأن التغييرات السريعة تؤدي بالإستراتيجية إلى مواجهة واقع جديد يختلف عن الواقع الذي بنيت عليه مما يؤدي إلى تعثرها وربما فشلها.

2. عدم قدرة الإدارة على تحديد الأهداف وبناء خطة إستراتيجية

بالرغم من أن الإدارة قد يتوفر لديها إيمان كامل بأهمية التخطيط الإستراتيجي وضروراته ولكنها لا تملك مقومات وقدرات على وضع الخطة الإستراتيجية وتحديد أهدافها وخطتها التنفيذية حيث أن الخطة هي أولاً وآخراً تعبر عن إمكانيات المنظمة الذاتية وإن استعانت بالغير في وضع خطتها لكنها لن تكون قادرة على تنفيذها.

3. مقاومة بعض العناصر في المنظمة للتغيير

إن من أول مهام التخطيط الإستراتيجي إحداث تغيرات في عمل المنظمة نحو الأفضل وتبني سياسات وبرامج وإجراءات لهذا الغرض وقد تعمل بعض العناصر في المنظمة التي عهدت السياسات القائمة وإجراءاتها وتعودت عليها إلى رفض السياسات الجديدة والتمسك بواقعها القائم.

4. الموارد المالية للمنظمة

من المعروف أن أية خطة إستراتيجية مهما كانت طموحاتها وحسن صياغتها فإنها قد تصطدم بعقبة الموارد المالية التي يتعين على المخطط التفكير بها منذ البداية لأن عدم توفر الأموال اللازمة لتغطية نفقات الخطة يؤدي إلى التوقف وربما الفشل.

5. عدم وضوح المسؤوليات داخل المنظمة وضعف هيكلها التنظيمي

إن عدم توزيع المسؤوليات والصلاحيات على المستويات الإدارية المختلفة في المنظمة مع وجود هيكل تنظيمي يلبي حاجات العمل الإستراتيجي يعتبر إحدى أهم العقبات التي تعتبر الخطة الإستراتيجية.

6. انشغال المستويات الإدارية العليا بالمشكلات الروتينية اليومية

إن إعطاء الأعمال اليومية الإهتمام الأول وعدم الإكتراث بالمشكلات الإستراتيجية التي تنهض بالمنظمة وتعمل على تطورها يلهي المنظمة ويمنعها من الإنصراف إلى وضع خطة إستراتيجية تنهض بها إلى الأمام.

7. المعلومات والبيانات الإحصائية

تقوم الخطة الإستراتيجية على بعض الأسس المهمة منها دراسة الماضي والحاضر والتنبؤ بالمستقبل بما في ذلك البيئة الداخلية والخارجية ولكي تكون هذه الأسس صحيحة لا بد من توفر بيانات ومعلومات كافية لهذا الغرض وبعكسه يواجه المخطط صعوبات في بناء أهدافه وسياساته المستقبلية ورسم خطة إستراتيجية سليمة.

8. ربط التخطيط الإستراتيجي بفترة الأزمات

يسود الإعتقاد بأن التخطيط الإستراتيجي هوعمل لمواجهة الأزمات وهذا اعتقاد خاطئ يقلل من أهمية التخطيط ويقلص من دوره في تطوير المنظمة ونجاحها حيث أن التخطيط الإستراتيجي أسلوب لكل الظروف وضروري للمحافظة على ديمومة المنظمة واستمرارها.[1]

ويرى الباحث بأن الصراع الإستراتيجي والعقبات التي تقف في وجه الدعاة والإعلاميين الدعويين في الأردن ومعوقات الخطط الإستراتيجية هو عدم إعداد بحوث في هذا المجال وقلة الداعمين مادياً ومعنوياً لوصول الرسالة الدعوية الإعلامية للجمهور بكل يسر وشفافية، وعدم توفر كليات تدرِس هذه المواد وضعف المراجع والمصادر التي يمكن أن يستفيد منها الباحث.

---

1 . بلال خلف السكارنة : التخطيط الإستراتيجي ، م. س. ذ ، ص 108 – 110 .

الخاتمة

الحمد لـلـه الذي تتم به الصالحات والصلاة والسلام على خـاتم الغـر الميـامين سـيدنا محمد وعلى آله وصـحبه وسـلم ورضي الـلـــه عـن الصـحابة والتـابعين ومـن تـبعهم باحسان الى يوم الدين واهتدى بهديهم من الدعاة والعلماء والإعلاميين الصـادقين إلى يوم الدين.

وبعد:

فإنني أحمد الـلـه أن أعانني على كتابة بحثي: المنظور الإسـتراتيجي للإعـلام الـدعوي بدولة الأردن والذي فيه واجب كبير على الدعاة والإعلاميين بأن يقرنوا العلم بالعمـل على مستوى الفرد وبالجماعة ويمارسونه على أرض الواقع في حياتهم اليومية العمليـة بأساليب ووسائل عصرية تتمشى مع الواقع وعبر كل الوسـائل التكنولوجيـة الحديثـة بإستراتيجية وتخطيط مدروس حتى يكتب لهم النجاح، وقد خرج البحث بعـدد مـن النتائج والتوصيات تكون أساساً للدعاة والإعلاميـين ووقـوف المسـؤولين معهـم ماديـاً ومعنوياً ليتم النهوض بالدعوة إلى الـلـه مقتدين بذلك بفقه سيرة الرسول صلى الـلـه عليه وسلم ومراحل دعوته وكيـف كـان يـدعوا ومـدى تحملـه في سـبيل الـدعوة إلى الـلـه.

أولاً: النتائج

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

النتيجة الأولى: ضعف وسائل الإعلام الدعوي لضعف التمويل , لأن الإعلام الإسلامي بوسائله رسالة تبث قيماً رفيعة , أما الإعلام الوصفي فيعتمد في تمويله على الإعلانات و الترويج للأفلام الهابطة و الغناء الرخيص فيجني أرباحاً هائلة يوظفها في تقويه وسائله و جلبٍ للثقافة الحديثة التي تهدف إلى طمس هوية الإسلام و المسلمين.

النتيجة الثانية: تبعية الإعلام المعاصر للإعلام الصهيوأمريكي و وسائل الإعلام الغربي مما شكك الجمهور المستقبل في مصداقية إعلامنا في الأردن.

النتيجة الثالثة: تسيس الإعلام و تسخيره لخدمة الأغراض الحزبية و السياسية في الأردن و كثيرٍ من بلدان العربي و الإسلامي مما أفقده القدرة على الحرية و الإبداع و التطور, و أصبح مليئاً من المقلدين المرتزقة و المهرجين المأجورين و التافهين.

النتيجة الرابعة: عدم و جود استراتيجية إعلامية دعوية ترقى إلى المستوى المطلوب في إعداد البرامج على أسس علمية منهجية دينية.

النتيجة الخامسة: عدم توفر أُسس و معايير البحث العلمي في الاتصال الدعوي, و ضعف التخطيط الإعلامي.

ثانياً: التوصيات

خرج البحث بعدد من التوصيات أهمها:

التوصـية الأُولى: ضرورة دعـم و تمويـل الإعـلام الـدعوي حتـى يـؤدي وظيفتـه عـلى أكمل وجه, و يقف في وجه الحملات المضللة المسعورة.

التوصية الثانية: العمل على تدريب كوادر من الإعلاميين و الدعويين تدريباً عالياً من قبل متخصصين إعلاميـين و علـماء و مفكـرين لهـم بـاعٌ طويـل في الإعـلام و الـدعوة داخلياً و خارجياً ليتفهمَ الدعاة و الإعلاميين ما يحاكُ للأمة العربيـة و الإسـلامية مـن مؤامرات على ثقافته و إعلامه و ثرواته.

التوصية الثالثة: وضع حوافز تشـجيعية للإعلاميـين الـدعويين سـواءٌ كانـت ماديـة أو معنوية ليتم النهوض بالدعوة و الإعلام والتنقل مـا بـين مـدن المملكـة لـنشر الـوعي والثقافة بين الجمهور الأردني.

التوصية الرابعة: مطالبة المؤسسات الدينيـة كـوزارة الأوقـاف والشـؤون والمقدسـات الإسلامية والإعلاميـة الحكوميـة والخاصـة عـلى مسـتوى الإذاعـة والتلفزيون،بوضـع خطط إستراتيجية دعوية إعلامية ليتم التواصل مع الجمهور المسـتقبل مسـلم و غـير مسلم بكل الوسائل الحديثة ليتعرفوا على سماحة الإسلام ووسطيته.

التوصـية الخامسـة: إيجـاد محطـات إذاعيـة و تلفزيونيـة توعويـة إعلاميـة إسـلامية استقلالية غير مرتبطة بإعلام مأجور و مزيف من أجل تأصيل رسالة الإعلام الإسـلامي وفهم ثقافة الغير وتبادل الخبرات العلمية والعملية.

مقترحات الدراسات المستقبلية لاستراتيجية الإعلام الدعوي هي:

مواجهة الأخطار التي تستهدف الأردن وكشف محاولات الإختراق والتطبيع مع العدو الصهيوني بكل وسائل الإعلام.

أثـر الإعـلام الـدعوي الإسـتراتيجي في تصـحيح المفـاهيم الخاطئـة في العـالمين العـربي والإسلامي.

دور وسائل الإعلام في تخصيص برامج لمناقشـة التحـديات الصـهيونية وخطرهـا عـلى المسلمين.

أثر الإعلام الدعوي الإستراتيجي في محاربة الأفكار الهدامة.

تفعيل دور الإعلام الإسـلامي في التعـاطي مـع قضـايا الـعصر وفـق منهجيـة إسـلامية منضبطة.

دور الإعلام الدعوي الإستراتيجي في بناء جيل يحفظ على الموروث الإسلامي.

المـلاَحِــقّ

ملحق رقم (1)

الاستبيان

يتكون الاستبيان من:

أولاً: البيانات الشخصية:

بسم الـلـه الرحمن الرحيم

جامعة أم درمان الإسلامية

معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية

الأخ الكريم / ________________

الأخت الكريمة / ________________

السلام عليكم ورحمة الـلـه وبركاته وبعد:

الموضوع: صحيفة الاستبيان

يقوم الباحث بإعداد بحث لنيل درجة الماجستير في التخطيط الإستراتيجي تخصص الإعلام بعنوان: المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي بدولة الأردن.

المشرف: الدكتور/ نوح عبد الرؤوف حامد التكينة.

وقد صممت هذه الاستبانة بهدف معرفة مدى استخدام التخطيط الإستراتيجي في الإعلام الدعوي والبحوث العلمية.

يرجى التكرم بالإجابة الدقيقة على جميع الأسئلة المرفقة بوضع (✓) مرة واحـدة في كل سؤال أمام الإجابة التي تختارها مع الإجابة بحرية وانفتاح عـلى الأسـئلة المرفقـة ويؤكد الباحث أن المعلومات التي ستدلون بها تستخدم لأغراض هذا البحث فقط.

مع خالص شكري وتقديري على حسن تعاونكم

الهاتف الخلوي: الباحث: "محمد زايد "داود أسعد "أبورجب التميمي"

0797049981 شعبان 1435 هـ

حزيران 2014 م

ثانياً:الأسئلة:

يقوم المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي على أسس منهجية علمية.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ لا يقوم

تتم الاستعانة بالعلماء والدعاة عند وضع منهج الدعوة الإعلامية.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ عند الضرورة ☐ لا تتم الاستعانة

يتم الحصول على المعلومات والبيانات عند اجراء التخطيط الإستراتيجي عن طريق البحوث.

☐ لا يتم ☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً

الإدارة العليا للمؤسسة الإعلامية الدعوية تشرك إداراتها وأقسامها في وضع الخطط الإعلامية.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ عند الضرورة ☐ لا يوجد

5) يتم قياس نتائج استراتيجية التخطيط الدعوي بدقة وانتظام.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ لا يتم

6) تتوفر أسس ومعايير البحث العلمي في بحوث الاتصال مع الجماهير التي أجرتها المؤسسة الإعلامية الدعوية.

☐ إلى حد كبير ☐ إلى حد ما ☐ ضعيفة ☐ منعدمة

7) تتم الاستفادة من نتائج البحوث والمؤتمرات والندوات.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ لا يتم

8) يوجد تقييم علمي لبحوث الاتصال الدعوي في المؤسسة الدينية الإعلامية.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ لا يوجد

9) تقوم مؤسسة الإعلام الرسمية والخاصة بوضع خطط استراتيجية للبرامج الإعلامية الدعوية.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ لا يوجد

10) البرامج الإعلامية الد يتم إعدادها من قبل مؤهلين وأصحاب خبرة.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ لا يوجد

11) هناك عقبات وصراع استراتيجي في نجاح الإعلام الدعوي.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ لا يوجد

12) ما هي الصعوبات والمشاكل التي تواجه استراتيجية الإعلام الدعوي في القطاعين العام والخاص في المؤسسة الإعلامية ؟

____

____

____

____

____

____

____

ملحق رقم (2)

رقم السؤال	السـؤال	عدد الأشخاص الذين أجابوا على السؤال	الخيـارات				النسبة المئوية لكل خيار في السؤال
			دائماً	أحياناً	نادراً	لاتقوم	
1	يقوم المنظور الاستراتيجي للإعلام الدعوي على أسس منهجية علمية.	30	1	16	2	1	دائما ٥% ، لايقوم ٥% ، نادرا ١٠% ، احيانا ٨٠%
2	تتم الاستعانة بالعلماء والدعاة عند وضع منهج الدعوة الإعلامية.	30	4	9	17	0	لايقوم ٠% ، دائما ١٣% ، نادراً ٥٧% ، أحيانا ٣٠%
3	يتم الحصول على المعلومات والبيانات عند إجراء التخطيط الاستراتيجي عن طريق البحوث.	30	4	8	16	2	لايقوم ٧% ، دائما ١٣% ، احيانا ٢٧% ، نادرا ٥٣%

4	الإدارة العليا للمؤسسة الإعلامية الدعوية تشرك إدارتها وأقسامها في وضع الخطط الإعلامية.	30	3	10	16	1	
5	يتم قياس نتائج إستراتيجية التخطيط الدعوي بدقة وانتظام	30	16	8	5	1	
6	تتوفر أسس ومعايير البحث العلمي في بحوث الاتصال مع الجماهير التي أجرتها المؤسسة الإعلامية الدعوية.	30	3	10	3	14	
7	تتم الاستفادة من نتائج البحوث والمؤتمرات والندوات	30	4	23	3	0	

8	يوجد تقييم علمي لبحوث الاتصال الدعوي في المؤسسة الدينية الإعلامية.	30	2	9	4	15	دائما %٧ – احيانا %٣٠ – نادرا %١٣ – لايقوم %٥٠
9	تقوم مؤسسة الإعلام الرسمية والخاصة بوضع خطط إستراتيجية للبرامج الإعلامية الدعوية	30	3	9	17	1	لايقوم %٣ – دائماً ١٠% – أحياناً ٣٠% – نادراً ٥٧%
10	البرامج الإعلامية الدعوية يتم إعدادها من قبل مؤهلين وأصحاب خبرة.	30	6	8	16	0	لايقوم %٠ – دائماً %٢٠ – أحياناً %٢٧ – نادراً %٥٣
11	هناك عقبات وصراع استراتيجي في نجاح الإعلام الدعوي.	30	24	5	1	0	نادراً %٣ – لايقوم %٠ – أحياناً %١٧ – دائماً %٨٠

قائمة المراجع والمصادر

القرآن الكريم.

الأحاديث النبوية.

كتب التفسير

حسين محمد مخلوف: صفوة البيان لمعاني القرآن، ط3 (القاهرة- مصر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، بلا تاريخ).

الراغب الأصفهاني: المفردات في غريب القرآن, تحقيق سيد محمد الكيلاني, (القاهرة- مصر: مطبعة البابي الحلبي, 1961م).

د.عدنان علي رضا النحوي: قبسات من الكتاب والسنة، تدبر وظلال، ط1 الرياض- السعودية: دار النحوي للنشر والتوزيع، 1418هـ 1997م)

عماد الدين ابي الفداء اسماعيل بن كثير القرشي الدمشقي: تفسير القرآن العظيم، ج2 (بيروت- لبنان: دار الأندلس، 1966م).

سيد قطب: في ظلال القرآن، المجلد 2, ج 5، ط5 (بيروت- لبنان: دار الشروق 1977م).

محمد الأمين بن محمد المختار الجكني الشنقيطي: أضواء البيان في ايضاح القرآن بالقرآن، ج1(بيروت- لبنان: عالم الكتب، 1383هـ).

محمد بن علي بن محمد الشوكاني: فتح القدير، ج1, (بيروت- لبنان: عالم الكتب، بلا تاريخ).

هارون بن موسى: الوجوه والنظائر في القرآن الكـريم، تحقيـق حـاتم صـالح الضـامن (بغداد- العراق: دار الآثار والتراث، 1988م).

كتب الحديث

أبي الحسين مسلم بـن الحجـاج بـن مسـلم القشـيري النيسـابوري، الجـامع الصـحيح المسمى صحيح مسلم، تحقيق محمـد فـؤاد عبـد البـاقي، ط1 (بـيروت – لبنـان: دار إحياء التراث العربي، 1375 هـ).

الإمام الحافظ أحمد بن علي بن حجر العسقلاني: فتح الباري شرح صـحيح البخـاري، تصحيح وتحقيق عبد العزيز بن باز (المملكة العربية السعودية: نشر وتوزيـع رئاسـة إدارات البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، 1379هـ).

أحمد بن حنبل: مسند الإمام أحمد، ط1 (بيروت- لبنان: مؤسسة الرسالة 1413هـ).

أحمد بن محمد بـن عـلي المقـري الفيـومي: المصـباح المنـير في غريـب الشرح الكبـير (بيروت- لبنان: المكتبة العلمية، بلا تاريخ).

سنن الترمذي. محمد بن عيسى بن سَوْرَة بن مـوسى بـن الضّـحاك السـلمي الترمـذي، أبـو عـيسى. مصـنَّف كتـاب الجامع،الجـامع المشـهور بالسـنن، تحقيـق أحمـد شـاكر وآخرون (بيروت- لبنان: دار إحياء التراث العربي, 1995م).

مالك بن أنس أبو عبد اللـه الأصبحي المدني: الموطأ، تحقيق محمد فؤاد عبد البـاقي (بيروت– لبنان: دار إحياء التراث العربي، 1951م)

محمد بن ابي بكر الرازي: مختار الصحاح (الكويت: دار الرسالة، 1983م).

محمد ناصر الدين الألباني: مختصر صحيح البخاري, ط1, (بيروت- لبنان: المكتب الإسلامي, 1394ه, 1974م).

كتب العقيدة

أبي عبد اللـه شمس الدين محمد بن أبي بكر الشهير بابن القيم الجوزية: مفتاح دار السعادة ومنشور ولاية العلم والإرادة، ط3 (الإسكندرية- مصر: مكتبة حميدو، 1979م).

د.عدنان علي رضا النحوي: التوحيد وواقعنا المعاصر، ط3 (الرياض- السعودية: دار النحوي للنشر و التوزيع، 1418هـ - 1997م).

عمر سليمان الأشقر: العقيدة في اللـه، ط10 (عمان- الأردن: دار النفائس، 1995م).

كتب الفقه والسيرة

تاج الدين عبد الوهاب بن علي ابن عبد الكافي السبكي: الاشباه والنظائر، تحقيق عادل أحمد وعلي محمد، ج1 (بيروت- لبنان: دار الكتب العلمية، 1991م).

جلال الدين عبد الرحمن السيوطي: الأشباه والنظائر في قواعد وفروع الشافعية "الأمور بمقاصدها" (بيروت- لبنان: دار الكتب العلمية، 1983م).

عبد العزيز شرف: السيرة النبوية والإعلام الإسلامي (القاهرة- مصر: مكتبة مصر، 1977 م).

عبد الكريم زيدان: الوجيز في شرح القواعد الفقهية (دمشق- سوريا: مؤسسة الرسالة ناشرون، 2009 م).

عبد القادر الجيلاني: الفتح الرباني والفيض الرحماني (بيروت- لبنان: دار العلوم الحديثة، بلا تاريخ).

د. محمد سعيد رمضان البوطي: فقه السيرة النبوية مع موجز لتاريخ الخلافة الراشدة, ط 1 (دمشق- سوريا: دار الفكر, 1411هـ - 1991م).

محيي هلال السرحان: القواعد الفقهية ودورها في إثراء التشريعات الحديثة (بغداد: جامعة بغداد، 1987م).

مصطفى عايد إسعيفان و رشا خميس ذياب: فقه الدعوة إلى اللـه، مناهجها، أساليبها، وسائلها، ط1 (عمان- الأردن: دار البداية ناشرون و موزعون 1427 هـ- 2007م).

كتب في الدعوة

ابن القيم الجوزية: مدارج السالكين، ج2 (بيروت- لبنان: دار الكتاب العربي، 1972م).

أحمد بن تيمية شيخ الإسلام مجموعة فتاوى: إشراف الرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين, ط1 (مكة المكرمة- السعودية: مكتبة النهضة الحديثة، شارع الحرم- باب العمرة، 1404 هـ).

أحمد غلوش: أصول الدعوة الإسلامية، ط1 (القاهرة- مصر: مؤسسة الرسالة ناشرون، 2004 م).

أحمد شلبي: موسوعة التاريخ الإسلامي والحضارة الإسلامية، ط11 (القاهرة- مصر: مكتبة النهضة المصرية، 1984 م).

صالح بن ناصر الخزيم: الصبر (الرياض- السعودية: مطابع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1407هـ - 1987م).

د.عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، ط1 (دمشق- سوريا: مؤسسة الرسالة ناشرون، 1432هـ - 2011م).

عبد الرحمن سلوم الرواشدي: تأصيل وتفعيل، كتاب الجهاد الإسلامي، وكالة حق- خاص.

د. علي محمد جريشة ومحمد شريف الزيبق: أساليب الغزو الفكري للعالم الإسلامي، ط1 (القاهرة- مصر: دار الإعتصام، 1397هـ - 1977م).

فتحي يكن: كيف ندعو إلى الإسلام؟ (بيروت- لبنان: مؤسسة الرسالة، بلا تاريخ).

الفضيل بن عياض: حلية الأولياء وطبقات الأصفياء لأبي النعيم, (دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع, بلا تاريخ), (عدد الاجزاء:10).

كامل الشريف وجمعة حماد ونصوح المجالي ود. ابراهيم زيد الكيلاني: مؤتمر الوعظ و الإرشاد السنوي، 1982 م.

محمد أبو الفتح البيانوني: كتاب الدعوة للإسلام، الإضاءات الدعوية، ج1.

محمد أبو الفتح البيانوني: بصائر دعوية (القاهرة- مصر: دار السلام، 2002م).

محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، ط3 (دمشق- سوريا: مؤسسة الرسالة ناشرون، 2011 م).

د.محمد أمان بن علي الجامي: أضواء على طريق الدعوة إلى الإسلام (الرياض- السعودية: شركة العبيكان للطباعة والنشر، 1404هـ 1984م).

محمد الخضر حسين: الدعوة إلى الإصلاح (القاهرة- مصر: المطبعة السلفية، 1346هـ).

محمد الغزالي: مع الله، دراسات في الدعوة والدعاة، ط1 (القاهرة- مصر: دار وهبة للطباعة والنشر، بلا تاريخ).

محي الدين عبد الحليم: الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي (القاهرة- مصر: دار الفكر، بلا تاريخ).

نخبة المفكرين والكتاب: مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، ط1 (الدوحة- قطر: رئاسة المحاكم الشرعية، 1411 هـ).

د.همام سعيد: قواعد الدعوة إلى الله جل جلاله، ط1 (عمان- الأردن: دار الفرقان للطباعة والنشر والتوزيع 2011 م).

كتب في الإعلام

إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي (القاهرة- مصر: دار الفكر العربي، بلا تاريخ).

إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامي، المرحلة الشفهية (القاهرة- مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، 1998م).

أحمد بدر: المدخل إلى علم المعلومات والمكتبات (الرياض- السعودية: دار المريخ للنشر، 1985م).

تيسير محجوب الفتياني: مقومات رجل الإعلام الإسلامي، ط1 (عمان- الأردن: دار عمار، 1967م).

جهاز تلفزيون الخليج: المعايير الإحصائية الموحدة لتحليل البرامج للتلفزيونات الخليجية العربية (الرياض- السعودية: جهاز تلفزيون الخليج العربي، 1983م).

حشمت قاسم: علم المعلومات بين النظرية والتطبيق (القاهرة- مصر: مكتبة غريب، بلا تاريخ).

رشدي شحاتة أبو زيد: مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد (القاهرة- مصر: دار الفكر العربي، 1999م).

د. زينب محمد عبد المنعم و د.رشا محمود سامي: تخطيط البرامج الإعلامي للطفل، ط1 (القاهرة- مصر: عالم الكتب، 2012م).

سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام، ط1 (الكويت: مكتبة الفلاح، 2002 م).

سليمان عبد الـلـه حجازي: مفهوم الإعلام الإسـلامي في صـلح الحديبيـة، ط1 (جـدة- السعودية: دار المنار، 1989م).

سلطان العمري: الدعوة إلى الـلـه تعالى من خلال الإنترنت.

د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي: مكانة وسائل الإعلام الجماهيرية في تحقيـق وحـدة الأمة، ط1 (الرياض- السعودية: دار عالم الكتـب، 1997م).عبـد الحميـد شـكري: دور الإعلام في مواجهة العلمانية المعادية، ط1 (القاهرة- مصر: دار الوفاء، 1965م).

سؤدد القادري: الفنون الإذاعية والتلفزيونية, (الموصل- العراق: دار الحكمة للطباعـة والنشر، 1990م).

عبد الحميد شكري: دور الإعلام في مواجهة العلمانية المعاديـة، ط1 (القـاهرة- مصر: دار الوفاء، 1965م).

أ.د. عبد الرزاق محمد الدليمي: المـدخل إلى وسـائل الإعـلام والاتصـال، ط1 (عـمان- الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011م).

عبد العزيز شرف: الإعلام الإسلامي (القاهرة- مصر: دار قباء، 1998م).

عبد القادر طاش: الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، ط1 (الريـاض- السـعودية: مطبعـة العبيكان، 1995م).

عبد الكريم عبد الـلـه نيازي: أفكار خطرة، ط1(بلا بلد، بلا ناشر، بلا تاريخ).

عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية التطبيقية للإعلام الإسلامي، ط1 (بيروت- لبنان: عالم الكتب، 1985م).

علي مصطفى بن الأشهر: دور وسائل الإعلام في إحياء التراث العلمي العربي الإسلامي في المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم, (تونس: الإعلام العربي، الجمهور، 1994م).

أ.د. فضيل ديليو: تكنولوجيا الجديدة في الإعلام والاتصال (NTIC/NICT) المفهوم– الإستعمالات– الآفاق، ط1 (عمان- الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010م).

فلاح كاظم المحنة: البرامج الإذاعية والتلفزيونية, (الموصل- العراق: دار الكتب للطباعة والنشر، 1988م).

محمد عبد الحميد: التربية الإعلامية والوعي بالأداء العلمي، ط1 (القاهرة- مصر: عالم الكتب، 2012م).

محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية, (القاهرة- مصر: عالم الكتب، 2000م).

محمد عجاج الخطيب: أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، ط1 (سوريا: مؤسسة الرسالة، 1985م).

محمد الغزالي: الإسلام والطاقات المعطلة (القاهرة- مصر: نهضة مصر، 1998م).

محمد محمد يونس: وظائف الإعلام الإسلامي، ورقة مقدمة إلى ندوه "الإعلام الـدولي وقضايا العالم الإسلامي" (القاهرة- مصر: بلا طبعة، 1998م).

محي الدين عبد الحليم: إشكاليات العمل الإسلامي بـين الثوابـت والمعطيـات، كتـاب الأمة 64 (قطر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، 1998م).

د. منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، ط1 (عمان- الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011م).

النـدوة العالميـة للشـباب الإسـلامي: الإعـلام الإسـلامي والعلاقـات العامـة (الريـاض- السعودية: شركة العبيكان للطباعة والنشر، بلا تاريخ).

نواف عدوان: معالجة المناسبات الدينية في إذاعة وتلفزيون الكيان الصهيوني, (مجلـة البحوث: المركز العربي للبحوث، إتحاد وإذاعات الدول العربية، ع19، 1987م).

نوال محمد عمر: فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون, (القاهرة- مصر: دار الفكـر العربي، 1993م).

د. هاشم أحمد نغيمش: الإعلام الإسـلامي في التلفزيـون، أطروحـة دكتـوراه (بغـداد- العراق: جامعة بغداد، 2001م).

يحيـى بسـيوني مصـطفى وعـادل الصـيرفي: التلفزيـون الإسـلامي ودوره في التنميـة (الرياض- السعودية: عالم الكتب، 1985م).

يوسف القرضاوي: وجهاً لوجه، الإسلام والعلمانية، ط1 (القـاهرة- مصر: دار الصـحوة للنشر، 1987م).

كتب في الاتصال

إبراهيم بن مراد: الاستعمال اللغوي في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية، 2000م.

دي فلور، بال روكاخ: نظريات الإعلام، ترجمة ناجي الجوهر, (عمان– الأردن: دار الأمل، 1994م).

سمير محمد حسين: الاتصال مفهوم نظرياته، عوائقه، متطلباته "مجلة الفنون الإذاعية" ع 9، 1975م.

سمير محمد حسين: تحليل المضمون، تعريفاته، مفاهيمه، محدداته, (القاهرة- مصر: عالم الكتب, 1983م).

صالح أبو أصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة, (عمان– الأردن: دار آرام، 1995م).

عبد الحميد شكري: تكنولوجيا الاتصال, (القاهرة- مصر: دار الفكر العربي، 1996م).

الغريب زاهر إقبال بهبهاني: تكنولوجيا التعليم, (القاهرة- مصر: دار الكتاب الحديث، بلا تاريخ).

د. فضيل ديليو: الاتصال مفاهيمه، نظرياته، رسائله (القاهرة– مصر: دار الفجر، 2003م).

محمد سيد محمد: الإعلام واللغة, (القاهرة- مصر: عالم الكتب، 1992م).

محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1 (القاهرة- مصر: الدار العلمية للنشر والتوزيع، 2003 م).

نواف عدوان: "بعض المصطلحات الإعلامية دراسة أولية " (مجلة البحوث، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين في إتحاد إذاعات الدول العربية، ع2، 1988م).

هادي نعمان الهيتي: الاتصال الجماهيري، المنظور الجديد، عالم المعرفة 412 (بغداد: دار الشؤون التعليمية العامة، 1998 م).

هناء حافظ بدوي: الاتصال بين النظرية والتطبيق, (القاهرة- الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2003 م).

كتب في التخطيط الاستراتيجي

بلال خلف السكارنة: التخطيط الإستراتيجي، ط1 (عمان- الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 1431 هـ - 2010 م).

عثمان محمد غنيم: الاتجاهات الحديثة في التخطيط، ط2 (عمان- الأردن: مؤسسة تسنيم، 2008 م).

علي عيسى عبد الرحمن: الإدارة الإستراتيجية للدعوة الإسلامية، مفهومها، اتجاهاتها، عناصر نجاحها، موقع الفكر الإسلامي.

المعاجم اللغوية

إبراهيم أنيس ورفاقه: المعجم الوسيط، ج1-2, (القاهرة- مصر: دار المعارف، 1972 م).

جمال الدين بن مكرم الأنصاري: لسان العرب، ج 7 (بيروت- لبنان: دار الفكر، بلا تاريخ).

كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية, (جدة- السعودية: دار الشروق، 1989م).

مروان العطية: معجم المعاني الجامع, (القاهرة- مصر: مركز إيوان للنشر والتوزيع مع دار النوادر، 2012 م).

مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي: القاموس المحيط، مجلد 4 (القاهرة- مصر: مؤسسة الحلبي وشركاه, بلا تاريخ).

محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي: مختار الصحاح, (الكويت: دار الرسالة, 1983م).

المنجد في اللغة العربية، ط 22 (بيروت- لبنان: دار المشرق، 1975م).

المراجع الأجنبية:

1) Webstev's ninth new collegiate dictionary 1986 by Merriam_ webstev.publishers. Spring field , Massachusetts, USA.

2) Munir Baalbaki , Dr. Rohi Baalbaki , Al-Mawrid pocket dictionary, English-Arabic, Arabic –English.

(Beirut: Dar Al-ilmlil - malayen 2003), P88.

3) Munir Baalbak. Dr Rohi Baalbaki , Al – Mawvid Pocket dictionary , English – Arabic , Arabic – English (Beirut: dar – ilmlil – malayen 2003).

المواقع الإلكترونية

1) www.usherb.ca/performa/tic/definition/tic.html

2) http://fatwa.ws

3) http://www.islamic-ftawa.com

4) www.elerning.jo/datapool/html/tr11-si-l9-htm

5) www.islamlight.net

6) http://www.trdawi.com

7) www.strateg.sd/stmedia.html

8) http://saaid.net/afkar/Internet.htm

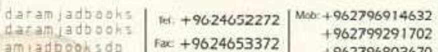
9) http://www.beyanouni.com

10) http://www.azubair.com

المنظور الإستراتيجي
للإعلام الدعوي

يأتي هذا البحث تحت عنوان المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي بالأردن، حيث يقوم هذا البحث على رؤية أنّ إستراتيجية الإعلام الدعوي لها أكثر من هدف فهي تربوية ودعوة إعلامية ،لذا فإن فيها البعد الإعلامي الدعوي الذي يركز على الاهتمام بوسائل وأساليب ومنهجية الدعوة عبر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمحاضرات، والندوات، وخطب الجمعة والمواعظ، والمناسبات الدينية، ورحلات الدعاة الموجهة إلى الجمهور بكافة فئاته، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي والتاريخي في إعداد البحث اعتماداً على تخطيطات وإجراءات منافسة لإستراتيجية الغرب في كافة المجالات، والعمل على توفير أجهزة إعلامية متطورة بتقنيات متخصصة لنقل المعلومات بدقة، وبالصورة الصحيحة للإسلام لمواجهة الحملات الإعلامية الغربية المضلِلة، لإيجاد عمل مشترك يحمي ويخدم الأمة العربية الإسلامية، ويخدم ثوراتها التحررية من الانهيار، ويحصنها من الضياع في ضوء مواثيق الشرف الإعلامي والتي تحدثت عنه المؤتمرات الإسلامية للإعلام في عدة عواصم عربية وإسلامية.


ISBN 978-9957-99-676-5





daramjadbooks
daramjadbooks
amjadbooksdp
Tel: +9624652272
Fax: +9624653372
Mob: +962796914632
+962799291702
+962796803670
dar.amjad2014dp@yahoo.com
dar.almajd@hotmail.com
daramjadbooks@gmail.com
دار أمجد للنشر والتوزيع
عمان الأردن وسط البلد مجمع الفحيص الطابق الثالث